

# Butikschefers syn på tillgänglighetsfrågor 2015

**2016:1 Butikschefers syn på tillgänglighetsfrågor 2015**  
Konsumentverket 2016

Ansvarig handläggare: Anna-Carin Widmark

## Förord

Konsumentverket har sen 2012 haft ett regeringsuppdrag som handlar om att öka medvetenheten om tillgänglighetsfrågor hos butikschefer. Syftet med den här undersökningen är att få en uppfattning om butikschefers inställning och erfarenheter av tillgänglighetsfrågor, bland annat för att jämföra resultatet med en liknande undersökning som gjordes 2011. Undersökning kommer att vara ett underlag för Konsumentverkets fortsatta arbete med tillgänglighetsfrågor

Markör Marknad och Kommunikation AB har på uppdrag av Konsumentverket genomfört en kvantitativ undersökning i form av telefonintervjuer med butikschefer och sammanställt resultatet i denna rapport. Konsumentverket har skrivit inledning och resultatdiskussion. Vissa redaktionella bearbetningar har gjorts av Markörs ursprungliga rapport. Anna-Carin Widmark har varit projektledare på Konsumentverket.

Karlstad, februari 2016

Peter Vikström  
Chef Analysenheten

# Innehållsförteckning

Förord.....	3
1 Sammanfattning.....	5
2 Inledning.....	6
3 Metod.....	7
3.1 Målgrupp och avgränsning.....	7
3.2 Enkät.....	7
3.3 Omfattning och urvalsmetod.....	7
3.4 Utfall.....	7
3.5 Bortfall.....	8
4 Resultat.....	9
4.1 Totalresultat.....	9
4.1.1 Allmänt om tillgänglighet.....	9
4.1.2 Kunskap, medvetenhet och information.....	11
4.1.3 Genomförda åtgärder.....	16
4.1.4 Lagändring.....	24
4.1.5 Inventering.....	27
4.1.6 Bakgrundsfrågor om butiken.....	30
4.1.7 Bakgrundsfrågor om butikschefen.....	34
4.1 Resultat uppdelat på bakgrundsfaktorer.....	37
4.1.1 Medlem i Svensk Handel eller inte.....	37
4.1.2 Butikskedja eller fristående butik.....	43
4.1.3 Butiken har tagit del av information eller inte.....	47
5 Resultatdiskussion.....	51
5.1 Inställning till- tillgänglighetsförbättringar.....	51
5.2 Kunskap om olika funktionsnedsättningar.....	51
5.3 Information om hur tillgängligheten kan förbättras.....	52
5.4 Slutsatser.....	52

# 1 Sammanfattning

Den här rapporten innehåller en sammanställning av resultatet från en intervjuundersökning om butikschefers medvetenhet, kunskap och inställning till tillgänglighetsfrågor. Intervjuer har genomförts med 508 butikschefer via telefon under v.42-45 2015. Konsumentverket genomförde en liknande undersökning 2011 och ett av syftena med denna undersökning var att se om det skett några förändringar sen 2011.

Drygt sju av tio butikschefer svarar att tillgänglighetsfrågor är ett område som har hög prioritet och fler än sex av tio uppger att de arbetar aktivt för att öka tillgängligheten. Resultaten visar också att fler än hälften av butikerna har genomfört tillgänglighetsförbättringar under de två senaste åren. Den vanligaste åtgärden, vilket 65 procent av de som genomfört åtgärder uppger, är att de har gjort bredare gångar. Bland de som inte gjort några tillgänglighetsförbättringar de två senaste åren är det vanligaste motivet som uppges att de inte ser något behov (65 procent av de som inte gjort förbättringar uppger den anledningen). Det största hindret för att förbättra tillgängligheten är lokalens begränsningar. Det svarar 43 procent av butikscheferna. Totalt 59 procent av butikscheferna uppger att de inte har automatisk dörröppnare eller skjutdörrar till entrédörren. 72 procent av butikerna som tagit del av information har gjort tillgänglighetsförbättringar under de två senaste åren, medan motsvarande andel för de som inte tagit del av information är 47 procent.

Slutsatserna från undersökningen är att butikscheferna har en positiv inställning till tillgänglighetsfrågor och att de överlag anser att deras butik är tillgänglig för personer med olika funktionsnedsättningar. Det faktiska arbetet med att tillgänglighetsanpassa butiken svarar dock inte riktigt upp mot den positiva inställningen. Till exempel är det endast 41 procent av de tillfrågade som uppger att det finns automatisk dörröppnare till entrén. Förutom att göra bredare gångar i butikerna, är det inte heller så vanligt att man vidtagit åtgärder för att förbättra tillgängligheten.

## 2 Inledning

Konsumentverket har under många år uppmärksammat problem med otillgängliga butiker och handelsmiljöer. Under 2011 genomförde vi tillsammans med bland andra Svensk Handel en intervjuundersökning med butikschefer om tillgänglighet i butik. Syftet med undersökningen var att kartlägga attityder och erfarenheter av tillgänglighetsfrågor hos butikschefer inför lanseringen av en informationskampanj. Resultatet från undersökningen visade att det finns ett stort informationsbehov hos butikschefer om tillgänglighetsfrågor. Konsumentverket och Svensk Handel genomförde de kommande åren olika informationsinsatser för att öka medvetenheten hos butikschefer om tillgänglighet och funktionsnedsättning. Budskap var att en tillgänglig butik är en bra affär och att det går att förbättra tillgängligheten med relativt små medel.

Konsumentverket genomförde hösten 2015 en liknande undersökning som den som gjordes 2011. Syftet var att kartlägga eventuella förändringar över tid och samtidigt få en bild av nuläget gällande tillgänglighetsfrågor och tillgänglighetsarbete i butiker. Vi ville försöka besvara följande frågeställningar:

- Vilken inställning har butikscheferna till arbete med tillgänglighetsfrågor?
- Hur välinformerade och vilken kunskap har butikscheferna om tillgänglighetsfrågor?
- Vilket faktiskt arbete genomförs för att tillgänglighetsanpassa butikerna?
- Skiljer sig årets resultat mot resultaten från mätningen 2011?

Resultatet från undersökningen presenteras i denna rapport och visar ungefär samma resultat som förra undersökningen, det vill säga att butikschefernas inställning till tillgänglighetsfrågor är positiv, men att kunskapen om lagkraven och hur man förbättrar tillgängligheten är låg.

Denna rapport innehåller en presentation av samtliga frågor som ställdes vid intervjuerna med butikscheferna. Kontakta Konsumentverket om ni vill ta del av frågeformuläret eller om ni har frågor.

### 3 Metod

Undersökningen har genomförts med en kvantitativ ansats och datainsamlingsmetoden har varit telefonintervjuer.

#### 3.1 Målgrupp och avgränsning

Undersökningens målgrupp är butikschefer till alla typer av butiker inom detaljhandel. Vid mätningen 2011 var målgruppen uppdelad mellan butiker som var medlemmar i Svensk Handel (en medlemsorganisation som företräder företag inom detalj- parti- och digital handel) och butiker som inte var det. För att hålla en så hög jämförbarhet som möjligt användes samma förutsättning även vid årets mätning. I de fall butikschefen inte varit tillgänglig under fältarbetsperioden eller att titeln butikschef inte används på butiken har även funktioner som ägare och VD inkluderats i undersökningen. Registret som användes för att erhålla kontaktuppgifter till de olika butikerna inhämtades från registerleverantören UC och villkoret för att företaget skulle kunna inkluderas i registret var att de hade en SNI-kod som inleddes med siffrorna 47. I övrigt var urvalsdragningen helt slumpmässig.

#### 3.2 Enkät

Enkäten är framtagen i samråd mellan Markör och Konsumentverket. Utgångspunkten var att enkäten från mätningen 2011 i största möjliga mån skulle behållas. Konsumentverket hade dock några förslag på ändringar och gav samtidigt Markör möjlighet att göra en granskning och komma med ändringsförslag. Det har inneburit större avsteg från den tidigare enkäten än vad som initialt planerats. Därmed har jämförbarheten över tid gått förlorad på ett relativt stort antal av frågorna. Enkäten för årets undersökning består av 38 frågor och nästan samtliga har fördefinierade svarsalternativ.

Datainsamlingsmetoden i undersökningen var telefonintervjuer. Det beslutet togs dels utifrån att det möjliggör förtydliganden från intervjuaren om något upplevs vara oklart, dels utifrån ett antagande om att målgruppen skulle ha svårt att ta sig tid att svara på enkäten om de fick den till sig via post eller e-post. Datainsamlingen pågick under v.42-v.45, 2015. Innan datainsamlingen påbörjades genomfördes en utbildning med intervjuarna där Markörs projektledare var ansvarig för utbildningen, men ansvarig person från Konsumentverket deltog vid utbildningstillfället och kunde förtydliga vissa delar av undersökningen samt svara på frågor.

#### 3.3 Omfattning och urvalsmetod

Undersökningens omfattning fastställdes i ett inledande skede till att 500 intervjuer skulle genomföras där 250 intervjuer skulle vara med butiker som är medlemmar i Svensk Handel och 250 skulle vara med butiker som inte är medlemmar. Att utgångspunkten för datainsamlingen är att ett visst antal intervjuer ska genomföras innebär att urvalsmetoden är ett ersättningsurval. Fördelen med att använda ett ersättningsurval är att ett förutbestämt antal intervjuer kan garanteras.

#### 3.4 Utfall

På grund av att Markör inte kunnat ta del av några registeruppgifter som anger huruvida butiken är medlem i Svensk Handel eller inte ställdes den frågan inledningsvis i undersökningen. För att inte hamna i en situation där en butikschef rekryteras till undersökningen, men sedan exkluderas

på första frågan på grund av att den kvot butikschefen tillhör redan är fylld togs beslutet att de 250 intervjuerna i varje grupp skulle övervakas manuellt. De som inte visste om de var medlemmar eller inte kategoriserades som icke-medlemmar. Innan Markör accepterade svaret att butikschefen inte visste ställdes dock frågan om butiken mottog tidningen Dagens handel, vilket i så fall innebar att de var medlemmar. Denna manuella översyn tillsammans med att många intervjuer genomförts parallellt skapade ett utfall där 255 intervjuer genomfördes med medlemmar i Svensk handel och 253 med butiker som inte är medlemmar. Därmed uppgår det totala antalet intervjuer i undersökningen till 508 istället för 500 som planerats inledningsvis.

### 3.5 Bortfall

Då urvalsmetoden i undersökningen är ett ersättningsurval är en utförlig bortfallsredovisning inte möjlig eftersom en person som av någon anledning inte vill eller kan delta i undersökningen ersätts med en ny till dess att det förutbestämda antalet intervjuer uppnåtts. Trots detta listas här några av de vanligaste orsakerna till varför vissa butikscheferna inte deltagit i undersökningen.

- Butikschef eller annan ansvarig för butiken är inte nåbar under datainsamlingsperioden.
- Butiken ingår i en kedja som har som policy att inte svara på undersökningar.
- Butiken ingår i en kedja som har som policy att undersökningar besvaras centralt från huvudkontoret.
- Företaget har ingen fysisk butik utan arbetar med e-handel eller postorder.
- Butikschefen talar inte svenska.
- Butikschefen vägrar delta utan någon motivering.
- Butikschefen vägrar delta på grund av tidsbrist.



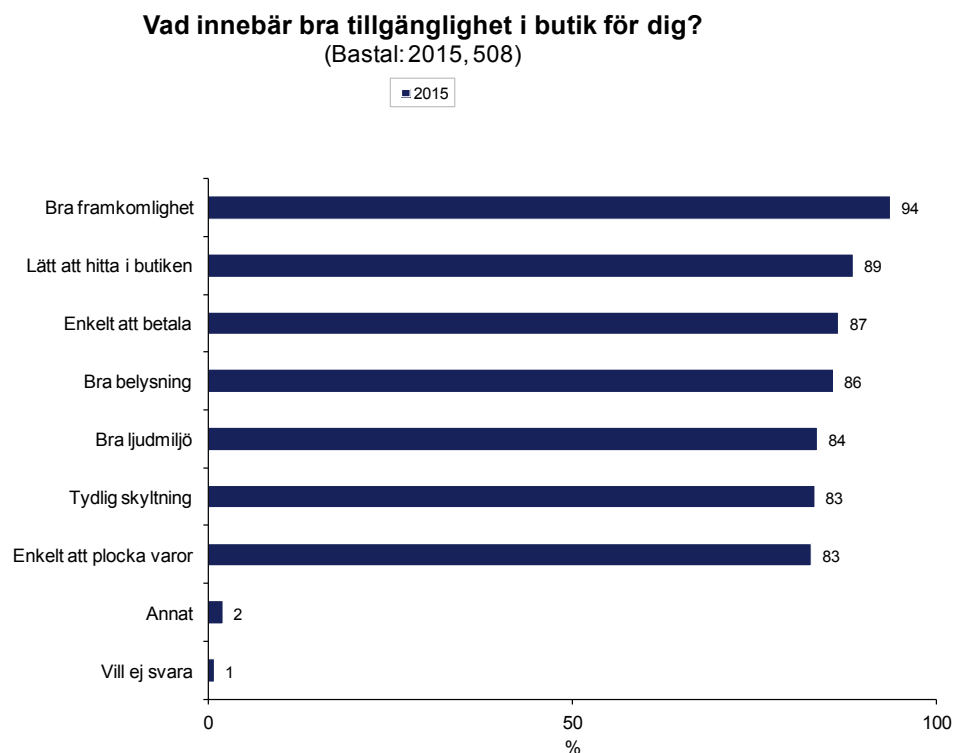
## 4 Resultat

### 4.1 Totalresultat

I detta avsnitt presenteras undersökningens totalresultat.

#### 4.1.1 Allmänt om tillgänglighet

På den inledande frågan om vad bra tillgänglighet i butik innebär för butikscheferna har samtliga svarsalternativ lästs upp och butikscheferna har sedan fått svara vilka de tycker stämmer in på beskrivningen. De har även haft möjlighet att föra fram andra områden som de förknippar med bra tillgänglighet om de upplevde att de saknade något.



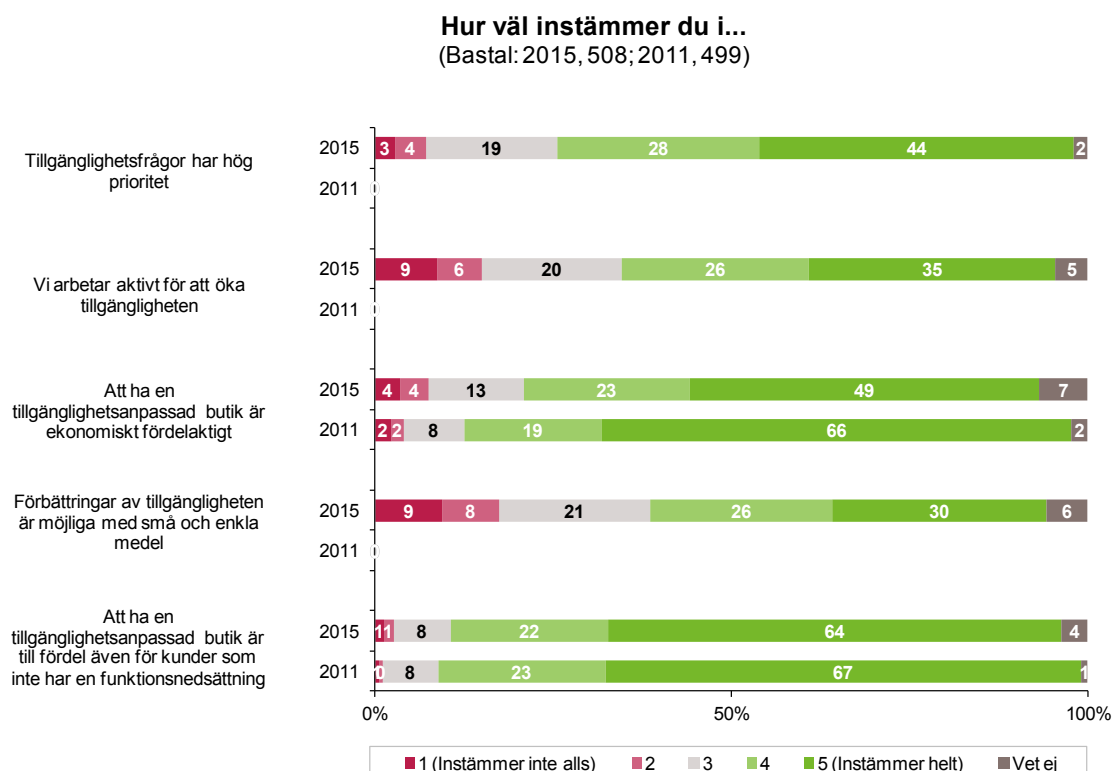
**Diagram 1. Vad bra tillgänglighet är för butikscheferna.**

Resultaten visar att mycket höga andelar av butikscheferna svarar instämmande på samtliga sju påståenden. Allra högst resultat visas för *Bra framkomlighet* där 94 procent svarar att det är något de förknippar med bra tillgänglighet i butik. Under svarsalternativet *Annat* framkom följande svar:

- Homogen prisbild.
- Hur det ser ut utanför butiken med trappsteg och kullersten.
- Att man hjälper till.
- Kundservice.
- Att det ligger centralt i staden är viktigast.
- Kundtoaletter.
- Lätt att hitta in i butiken.
- Lätt att parkera.

- Personlig service.
- Öppettider.

Efter att butikscheferna fått definitionen av vad som åsyftades med *tillgänglighet* i undersökningen samt fått exempel på vad begreppet *funktionsnedsättning* kan innebära fick de ta ställning till fem påståenden om butikens arbete med tillgänglighetsfrågor och tillgänglighetsanpassning.

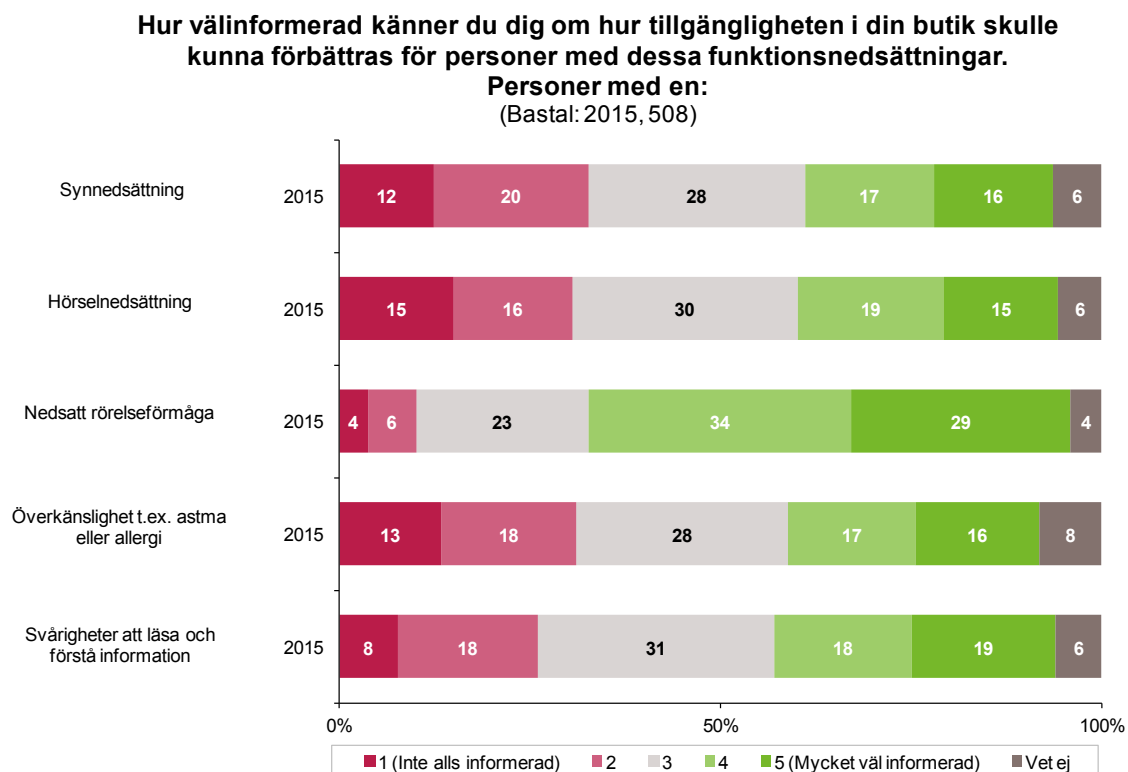


**Diagram 2. Inställning till arbete med tillgänglighet.**

Fler än hälften av butikscheferna svarar instämmande på respektive påstående om butikens arbete med tillgänglighetsfrågor och tillgänglighetsanpassning. De två påståenden med allra högst andelar instämmande är *Att ha en tillgänglighetsanpassad butik är till fördel även för kunder som inte har en funktionsnedsättning*, vilket 86 procent svarar instämmande på samt *Att ha en tillgänglighetsanpassad butik är ekonomiskt fördelaktigt*, vilket 72 procent svarar instämmande på. Lägst instämmandegrad visas för påståendet om att *Förbättringar av tillgängligheten är möjliga med små och enkla medel*, men det är trots allt 56 procent av butikscheferna som instämmer i det påståendet. Det är endast två av de fem påståendena som ställdes på motsvarande sätt i undersökningen från 2011. Andelen instämmande för påståendet om *Att ha en tillgänglighetsanpassad butik är ekonomiskt fördelaktigt* har minskat med 13 procentenheter medan andelen instämmande för påståendet om *Att en tillgänglighetsanpassad butik även är till fördel för kunder som inte har en funktionsnedsättning* i stort sett är oförändrad.

#### 4.1.2 Kunskap, medvetenhet och information

För att veta hur välinformerade butikscheferna är om tillgänglighet och funktionsnedsättning, fick de ta ställning till frågor om fem olika typer av funktionsnedsättningar och svara för hur välinformerade de upplever att de är gällande hur deras butik kan förbättras för personer med respektive funktionsnedsättning.



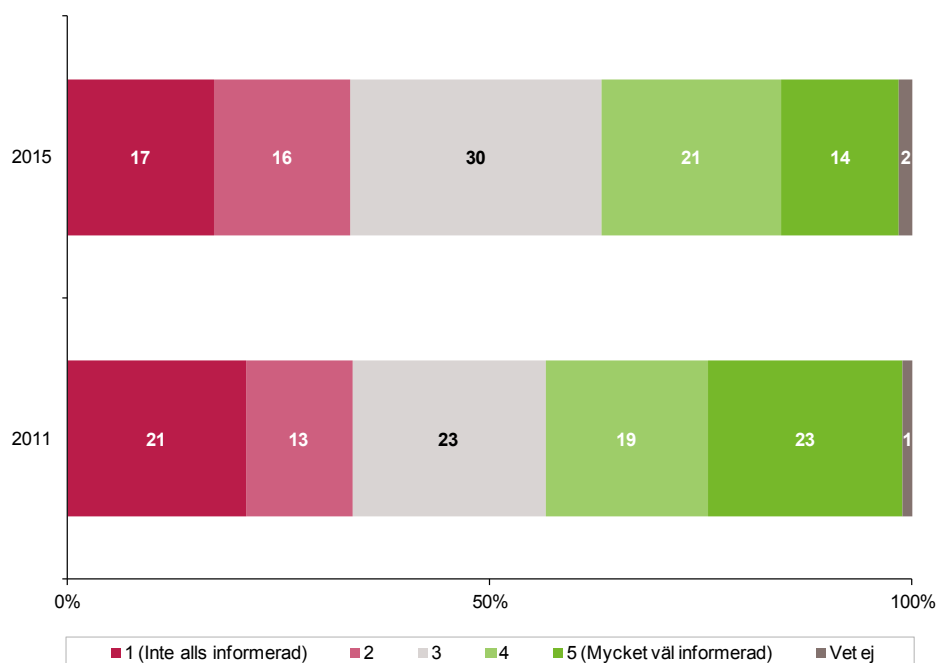
**Diagram 3. Hur välinformerade butikscheferna är om olika funktionsnedsättningar.**

För fyra av de fem olika typerna av funktionsnedsättningar som efterfrågades varierar andelen som anser att de är välinformerade mellan 33-37 procent. Den typ av funktionsnedsättning som utmärker sig är *Nedsatt rörelseförmåga* då 63 procent av butikscheferna svarar att de anser sig vara välinformerade om hur de kan förbättra tillgängligheten i sin butik för personer med den typen av funktionsnedsättning.

Butikscheferna fick även ta ställning till hur välinformerade de känner sig om de tillgänglighetskrav som ställs på butiken enligt lagen.

#### Hur välinformerad känner du dig om de tillgänglighetskrav som ställs på din butik enligt lagen?

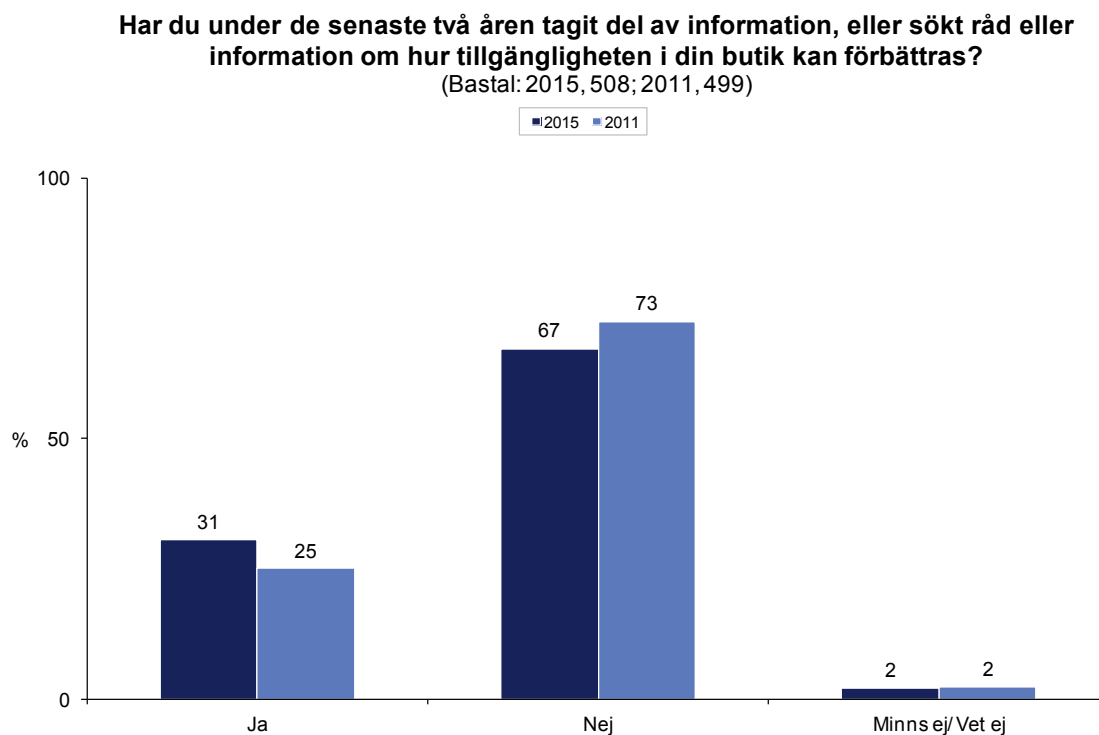
(Bastal: 2015, 508; 2011, 499)



**Diagram 4. Hur välinformerade butikscheferna är om de tillgänglighetskrav som ställs enligt lag.**

Det är drygt en av tre butikschefer som anser sig vara välinformerade om vilka tillgänglighetskrav som ställs på deras butik enligt lagen medan en nästan lika hög andel svarar motsatsen. I jämförelse med resultaten från 2011 kan det noteras att andelen som känner sig välinformerade har minskat med sju procentenheter.

För att undersöka om butikscheferna kontinuerligt tar del av information gällande hur tillgängligheten i deras butik kan förbättras ställdes frågan om de under de senaste två åren sökt information alternativt tagit del av råd eller information om hur tillgängligheten kan förbättras i deras butik.



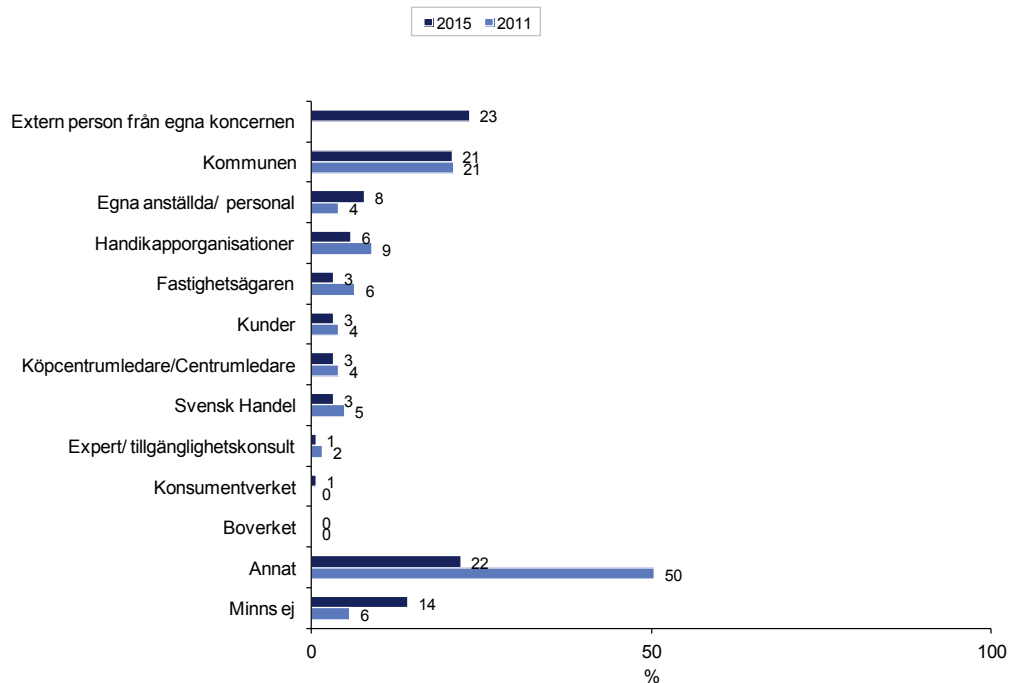
**Diagram 5. Andel butikschefer som tagit del eller sökt råd/information om hur tillgängligheten kan förbättras.**

Knappt en av tre butikschefer har under de senaste två åren tagit del av information alternativt sökt råd eller information om hur tillgängligheten i deras butik kan förbättras. I jämförelse med resultaten från 2011 visas inga större skillnader även om det kan noteras att andelen som sökt eller mottagit information är sex procentenheter högre i årets mätning.

De butikshefer som tagit del av information under de senaste två åren fick svara på vem eller vilka som förmedlat den informationen. Även denna fråga ställdes i mätningen från 2011 men det har tillkommit svarsalternativ i årets undersökning som inte var med i den föregående.

### Var eller från vem har du fått informationen?

(Bastal: 2015, 155; 2011, 125)

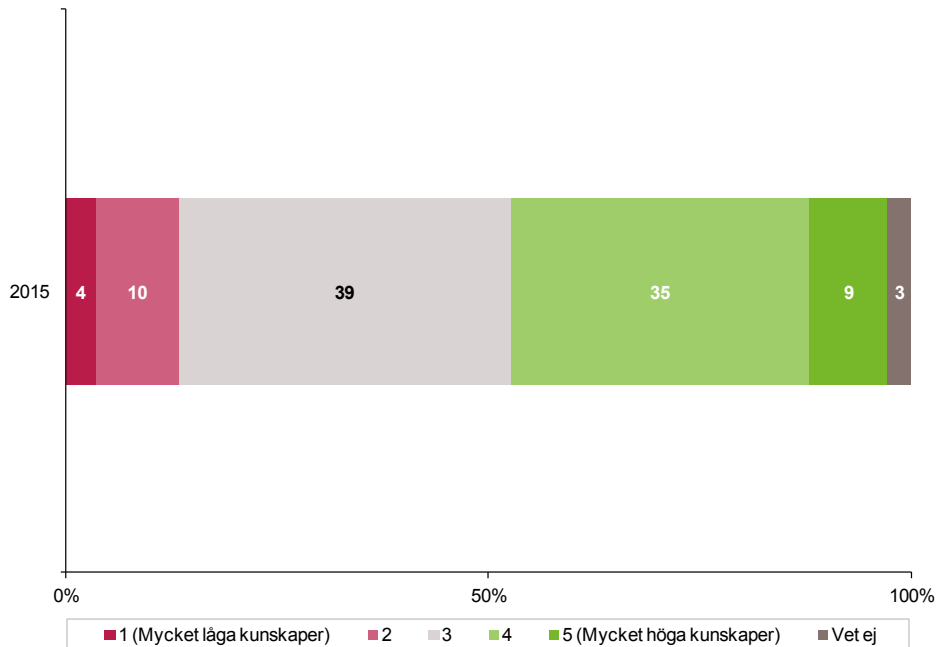


#### Diagram 6. Vem som förmedlat information.

De två aktörer som i högst utsträckning förmedlat information om hur tillgängligheten i butik kan förbättras är *Extern person från den egna koncernen* samt *Person från kommunen*. Drygt en av fem butikshefer har mottagit eller inhämtat information från en eller båda dessa aktörer. Det kan noteras att inget jämförelseresultat från mätningen 2011 redovisas för aktören *Extern person från egna koncernen*. Det beror på att det alternativet inte var med i den föregående mätning utan det lades till utifrån att en relativt hög andel av de svar som var kategoriserade under *Annat* vid föregående mätning var just extern person från egna koncernen. I övriga visas mycket små skillnader över tid.

Butikscheferna fick ta ställning till hur de ser på sina övergripande kunskaper om tillgänglighet i butik. De svarade på en femgradig skala från mycket låga kunskaper till mycket höga kunskaper.

**Hur skulle du skatta dina övergripande kunskaper om tillgänglighet i butik?**  
(Bastal: 2015, 508)



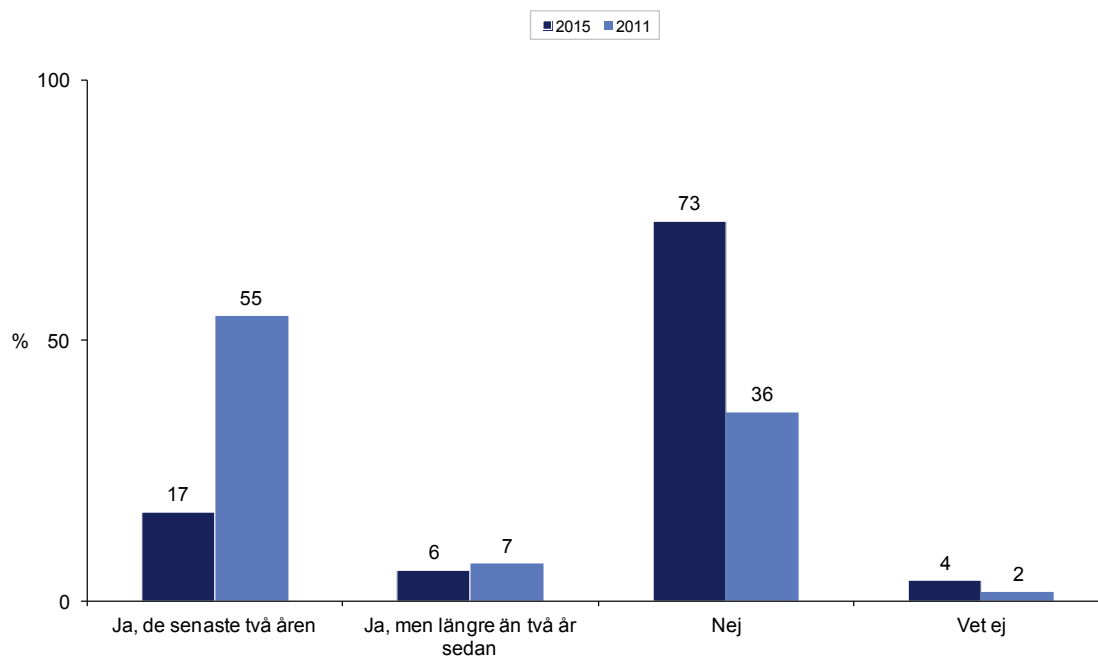
**Diagram 7. Uppskattning av de övergripande kunskaperna om tillgänglighet i butik.**

Nästan hälften (44 %) av butikscheferna uppskattar att deras övergripande kunskaper om tillgänglighet i butik är höga. Den stora andelen av de som inte svarar något av de två positiva svarsalternativen uppger det neutrala svarsalternativet. Således är det relativt få (14 %) som anser att de har låga kunskaper om tillgänglighet i butik.

### 4.1.3 Genomförda åtgärder

Nästa frågeavsnitt handlade mer om de direkta insatser som gjorts och den inledande frågan i avsnittet var huruvida butiken under de senaste två åren gjort en inspektion av eventuella tillgänglighetsbrister. Något som bör påtalas är att frågans upplägg reviderades i förhållandevis hög grad i jämförelse med mätningen från 2011. Då ställdes frågan utifrån två aspekter, nämligen om någon intern respektive extern inventering genomförts. För att jämförelser ska vara möjliga har resultaten för de två frågorna sammanfogats. Andelen som redovisas för 2011 är andelen som svarat *ja* på någon av de två frågorna i tidigare års mätning. Om svaren mellan intern och extern inspektion varierat gällande när den genomfördes (exempelvis intern inspektion de senaste två åren, men extern inspektion för längre tid sedan än två år) är svaret redovisat som att inspektionen genomfördes de två senaste åren.

**Har er butik genomfört en inspektion om eventuella tillgänglighetsbrister?  
Var det under de senaste två åren?**  
(Bastal: 2015, 508; 2011, 499)

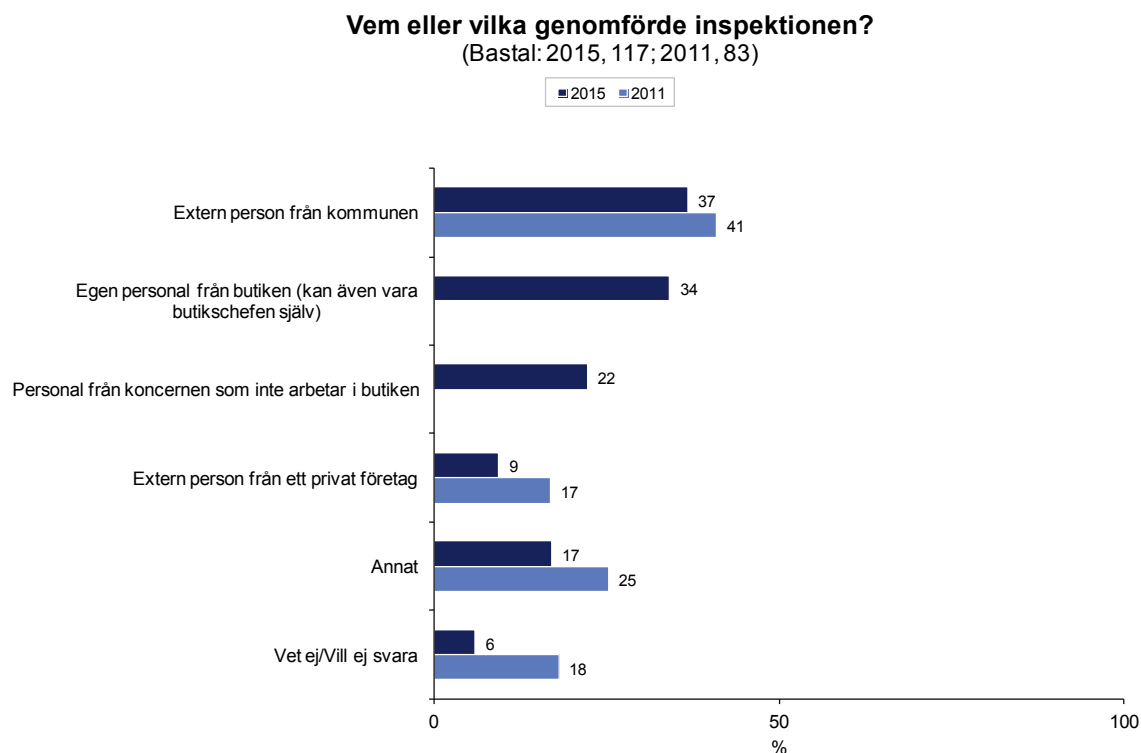


**Diagram 8. Andel butiker som genomfört en inspektion om eventuella tillgänglighetsbrister.**

Det är knappt en av fem butikschefar som svarar att det i deras butik har gjorts en inspektion gällande eventuella tillgänglighetsbrister under de senaste två åren medan sex procent svarar att det gjorts en inspektion, men att det var längre än två år sedan. Således är det nästan tre av fyra som uppger att de inte har genomfört någon inspektion om eventuella brister i tillgängligheten. Utifrån att frågeställningen ändrats i relativt hög grad sedan mätningen 2011 bör jämförelser göras med viss försiktighet. Det kan ändå noteras att 55 procent vid mätningen 2011 uppgav att butiken under de två senaste åren gjort någon form av inspektion.



De som svarat att de genomfört en inspektion om eventuella tillgänglighetsbrister fick följdfrågan om vem som genomfört den. På frågan var det möjligt att svara flera alternativ. Även för denna fråga bör det påtalas att det finns skillnader i formuleringar och struktur mellan åren. Exempelvis ställdes denna fråga endast till de butikschefer som uppgett att det var en extern person som genomfört inspektionen vid mätningen 2011.



**Diagram 9. Aktörer som genomfört inspektionerna**

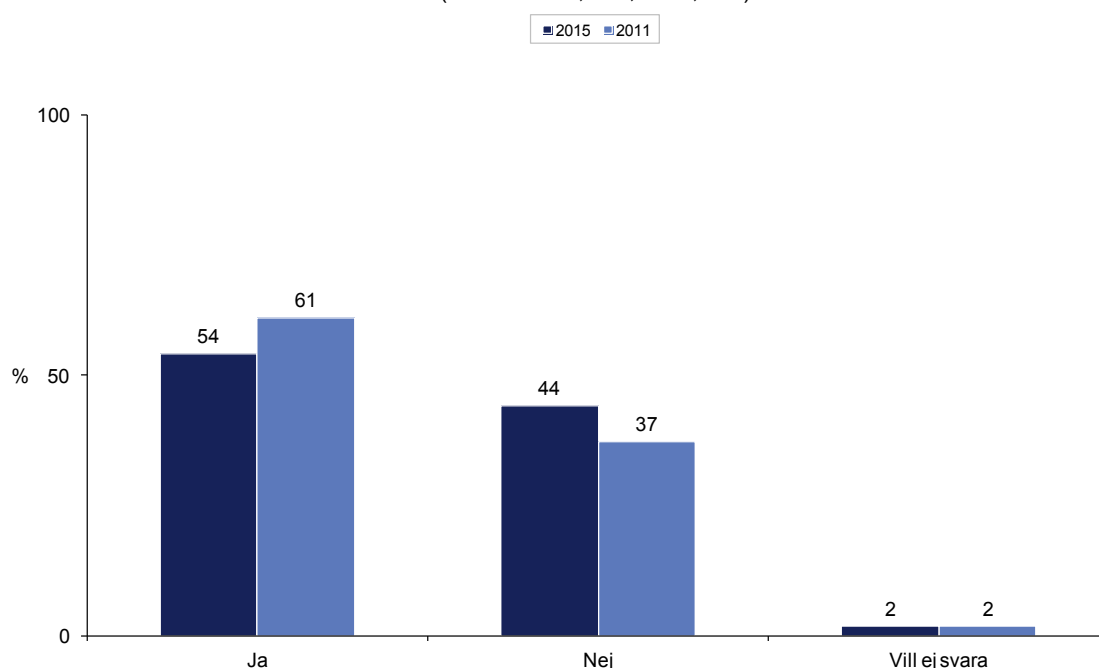
Nästan fyra av tio butikschefer för butiker som gjort en inspektion svarar att den genomfördes av en extern person från kommunen, vilket ungefär är lika hög andel som vid mätningen 2011. Näst vanligast är att inspektionen genomfördes av personal från den egna butiken, vilket drygt en av tre uppger. Under svarsalternativet *Annat* i årets undersökning återfinns exempelvis följande svar:

- Handikapporganisation (5 svar).
- Handikapprådet (2 svar).
- Arbetsmiljöverket.
- Frågat kunder vad som kan göras.
- De var de handikappade själva.
- Via facket eller arbetsmiljöfolket.
- Handikappförbundet.
- Skolelever.
- Skolor som gjort undersökningar.

För att få kännedom om det genomförs ett aktivt arbete för att tillgänglighetsanpassa butiker ställdes frågan om butikscheferna under de två senaste åren genomfört några tillgänglighetsförbättringar i sin butik. I mätningen 2011 ställdes denna fråga inte riktigt på samma sätt utan där fick butikscheferna ta ställning till om de gjort tillgänglighetsförbättringar och huruvida dessa kunde ses som små eller stora förändringar. Butikscheferna hade då möjlighet att ange att både små och stora förändringar genomförts och således var frågan vid mätningen 2011 en flervalsfråga. För att skapa så jämförbara resultat som möjligt har resultaten från 2011 omarbetats så att andelen som svarat att de genomfört förändringar redovisas som en grupp utan hänsyn till om förändringen var liten eller stor. Utifrån den bearbetningen anses resultaten för denna fråga i relativt hög grad vara jämförbara mellan åren.

### Har ni gjort några tillgänglighetsförbättringar i er butik de senaste två åren?

(Bastal: 2015, 508; 2011, 499)



**Diagram 10. Andel som gjort tillgänglighetsförbättringar i butik de två senaste åren.**

Det är drygt hälften av butikscheferna (54 %) som har gjort tillgänglighetsförbättringar i sin butik under de två senaste åren. I jämförelse med resultaten från undersökningen 2011 visas ingen större förändring även om det noteras att det då var en något högre andel (61 %) av butikscheferna som genomfört tillgänglighetsförbättringar de två senaste åren.

De som svarat att de under de två senaste åren gjort tillgänglighetsförbättringar har även ombetts beskriva vilka förändringar de genomfört. Svartalternativen på frågan har inte lästs upp för den svarande utan svaren är spontana. Flera svartalternativ har kunnat anges.



**Diagram 11. Tillgänglighetsförbättringar som genomförts.**

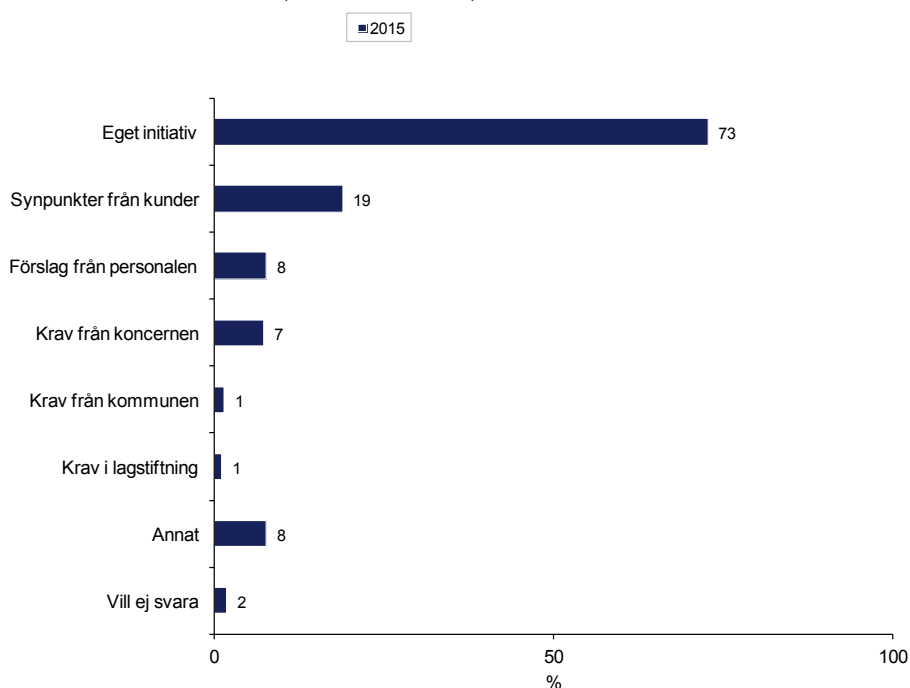
Den förbättringsåtgärd som i utmärkande hög grad genomförts i butiker som gjort tillgänglighetsförbättringar under de två senaste åren är att gångarna i butiken gjorts bredare. Det uppges av 65 procent av de svarande. Drygt en av tio svarar att de har förbättrat belysningen respektive installerat ramp. Under svartalternativet *Annat* återfinns exempelvis följande svar:

- Allt är på hjul hos oss.
- Bytt synundersökningsstol så att den är anpassad för rullstolar.
- Flyttat blomsteravdelningen.
- Förstoringsglas, så de kan läsa etiketter vid frysdiskarna.
- Ringklocka för de som inte klarar av att öppna dörren.
- Satt upp blindskrift så att även blinda kan läsa i butiken.
- Vi byggde en helt ny butik, så allt sådant var med från början.

Vidare fick de butikschefer som gjort tillgänglighetsförbättringar under de två senaste åren svara på vad eller vem som fick dem att göra dessa förbättringar. På denna fråga har butikscheferna kunnat uppge flera olika svar och svarsalternativen har lästs upp för butikscheferna.

### Vad var det som fick dig att göra dessa förbättringar?

(Bastal: 2015, 275)

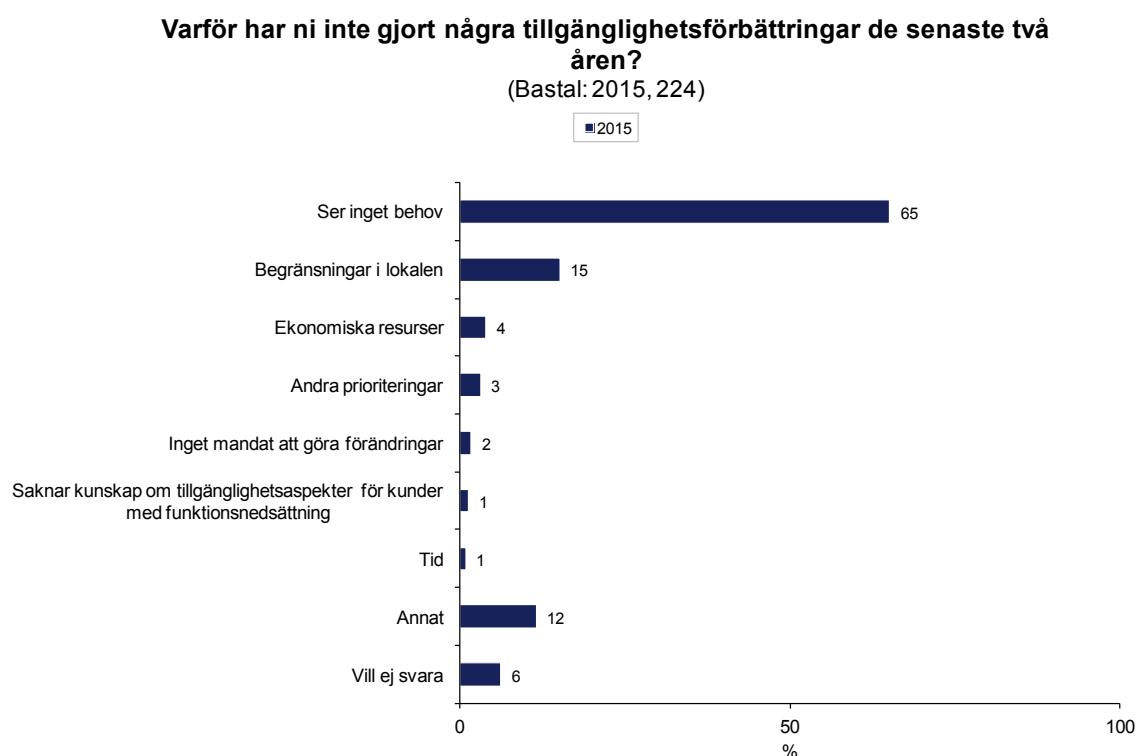


**Diagram 12. Vad som låg till grund för förbättringsarbetet.**

Nästan tre av fyra butikschefer som under de två senaste åren genomfört tillgänglighetsförbättringar svarar att det var de själva som tog initiativet till förbättringarna. Knappt en av fem svarar att de gjort tillgänglighetsförbättringar då de fått synpunkter från kunder. Under svarsalternativet *Annat* återfinns exempelvis följande svar:

- Fastighetsägaren som kom och påpekade.
- Skulle se bättre ut.
- Vi vänder oss till den målgruppen.
- Flyttat till nya lokaler.

De butikschefer som inte har gjort några tillgänglighetsförbättringar de två senaste åren ombads motivera varför de inte gjort det. Inga svarsalternativ lästes upp utan butikscheferna svarade spontant och de har varit möjligt att ange flera svar på den frågan.



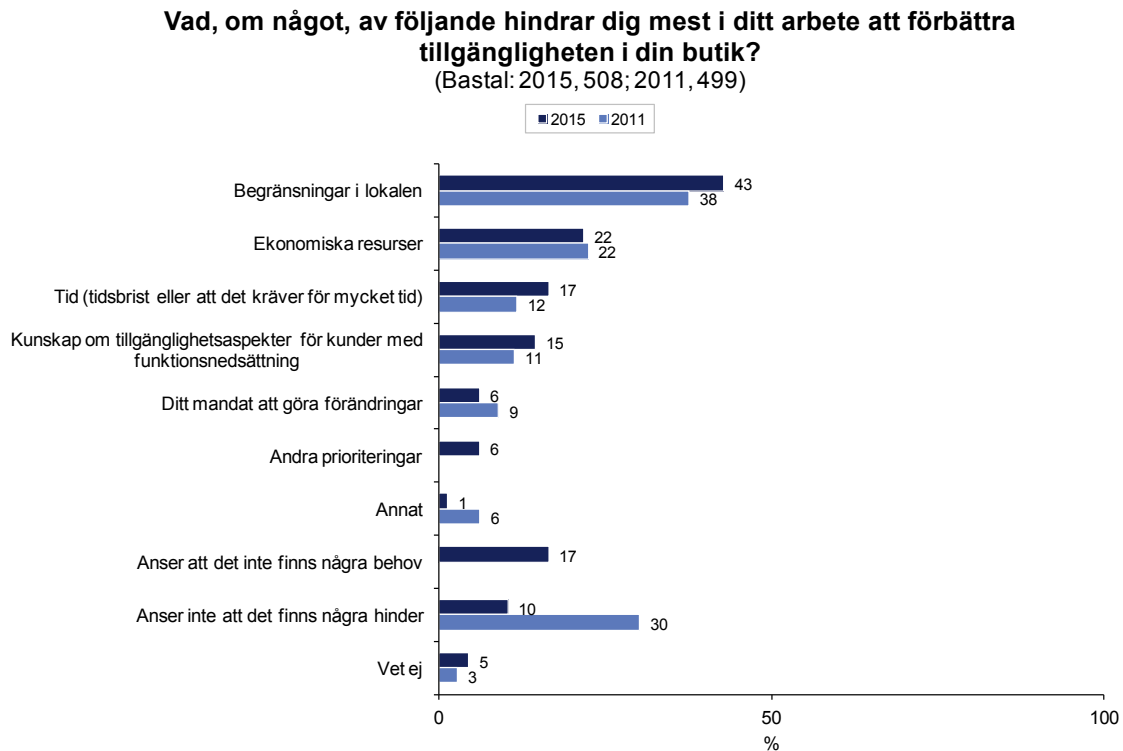
**Diagram 13. Anledning till att inga tillgänglighetsförbättringar gjorts de senaste två åren.**

Den vanligaste anledningen till att butikscheferna inte gjort någon tillgänglighetsförbättring under de två senaste åren är att de inte ser något behov. Det är 65 procent av butikscheferna som inte gjort någon förändring som uppger den motiveringen. Näst vanligast är att lokalen är den begränsande faktorn, vilket 15 procent uppger. Exempel på svar som återfinns under alternativet *Annat* är:

- Det är ett K-märkt hus, så vi kan inte påverka de vi skulle vilja påverka.
- Butiken är nyöppnad så har inte hunnit kolla på sådant ännu.
- Har inte de kunderna.
- Har företaget i källaren.
- Har inte ens reflekterat över det.
- Vi har det så bra det kan bli.

För att kartlägga vilka problemområden som butikscheferna upplever i sitt arbete med tillgänglighetsanpassning ställdes frågan om vilka hinder (om några) som butikschefen ser gällande att förbättra tillgängligheten i butiken. Svarsalternativen har lästs upp för butikscheferna och de har maximalt kunnat ange tre olika alternativ. Det har skett vissa justeringar av frågan sedan mätningen 2011. I den tidigare undersökningen fanns ingen möjlighet för butikscheferna att förtydliga om de inte såg några hinder för arbetet på grund av att de inte såg något behov av att tillgänglighetsanpassa butiken eller för att de faktiskt inte kunde se några hinder. Därmed bör jämförelser av de resultaten som handlar om att butikscheferna inte

ser några hinder göras med viss försiktighet. Däremot har de övriga svarsalternativen inte förändrats i någon större utsträckning.



**Diagram 14. Upplevda hinder för att förbättra tillgängligheten i butik.**

Drygt fyra av tio butikschefer svarar att det är lokalens begränsningar som är det största hindret för dem i sitt arbete med att förbättra tillgängligheten i sin butik. Drygt en av fem hänvisar till att det är ekonomiska resurser som begränsar dem och en nästan lika stor andel framhåller att tiden (tidsbrist eller att det kräver för mycket tid) är problemet. Under svarsalternativet *Annat* återfinns följande svar:

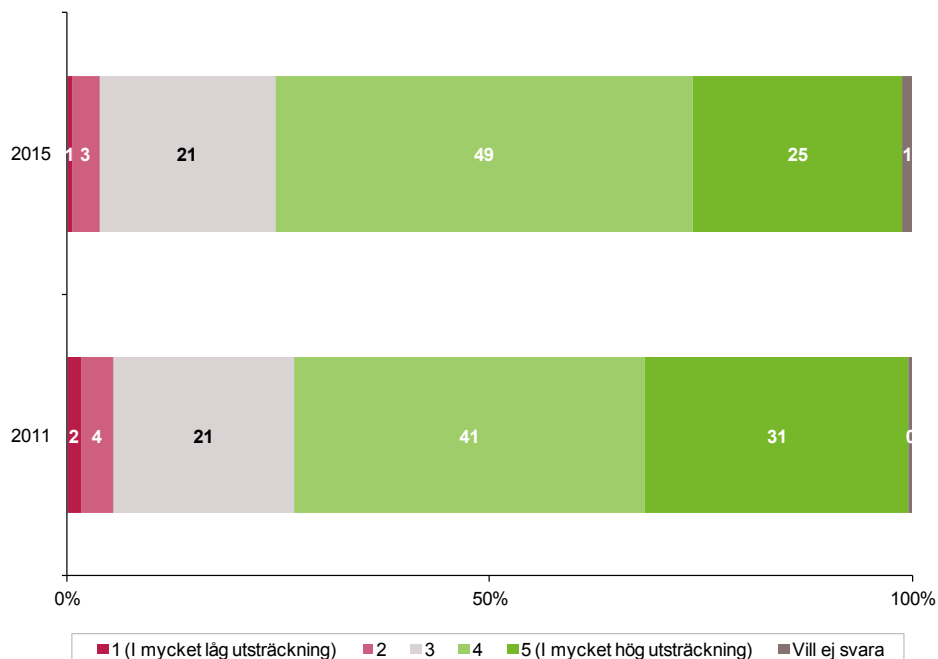
- Vi ligger i en källare så det går inte eftersom trappan är i vägen.
- Jag hyr lokalen, så det är föreningen.
- Köpcentrumets tillgänglighet utanför vår lokal.
- Typen av sortiment vi har.
- Vi lägger snart ner eftersom vi snart går i pension.
- Vi ska bygga en ny affär snart.

Andelen butikschefer som inte uppger några hinder på grund av att de inte ser att det finns några behov är 17 procent medan tio procent inte kan se några hinder för deras arbete med att förbättra tillgängligheten i deras butik.

I jämförelse med resultaten från mätningen 2011 visas överlag små förändringar. Även vid den mätningen var det begränsningar i lokalen som var den vanligaste faktorn som upplevdes hindra butikscheferna i deras arbete för att förbättra tillgängligheten. Andelen som svarade det alternativet 2011 var även på en liknande nivå som i årets undersökning.

Som avslutning på frågeavsnittet om butikens faktiska arbete med tillgänglighetsförbättringar ställdes en övergripande fråga om i vilken utsträckning butikschefen upplever att deras butik är tillgänglig för personer med olika funktionsnedsättningar. Butikscheferna svarade på en femgradig skala.

**I vilken utsträckning upplever du att er butik är tillgänglig för personer med olika funktionsnedsättningar?**  
(Bastal: 2015, 508; 2011, 499)



**Diagram 15. Upplevelsen av butikens tillgänglighet för personer med funktionsnedsättningar.**

Nästan tre av fyra butikschefer anser att deras butik är tillgänglig för personer med olika funktionsnedsättningar och en av fyra svarar att butiken är tillgänglig i mycket hög utsträckning. I jämförelse med undersökningen från 2011 kan det noteras att det inte skett några större förändringar. Andelen som anser att deras butik är tillgänglig har ökat med enstaka procentenheter medan de som i mycket hög utsträckning upplever att butiken är tillgänglig minskat med sex procentenheter.

Efter att butikscheferna tagit ställning till i vilken utsträckning de upplever att deras butik är tillgänglig för personer med funktionsnedsättning gavs de möjlighet att motivera sitt svar. Som exempel gavs att tillgängligheten kanske varierar beroende på vilken typ av funktionsnedsättning som kunden har. Några av svaren som framkom är:

- K-märkt hus gör att vi inte kan installera automatiska dörrar. Dörrarna står dock ofta öppna eller så hjälper vi i personalen till med dörren om det behövs.
- Vi har en butik som både funktionsnedsatta och andra kan komma in i. Sedan har vi bristande kunskaper om hur man förbättrar för de med synnedsättning.
- Det går bra för dem som har rörelsehinder och sitter i rullstol då vi har kunskap om detta. Har väldigt begränsade kunskaper om vad kunder med hörsel och/eller synnedsättning behöver.

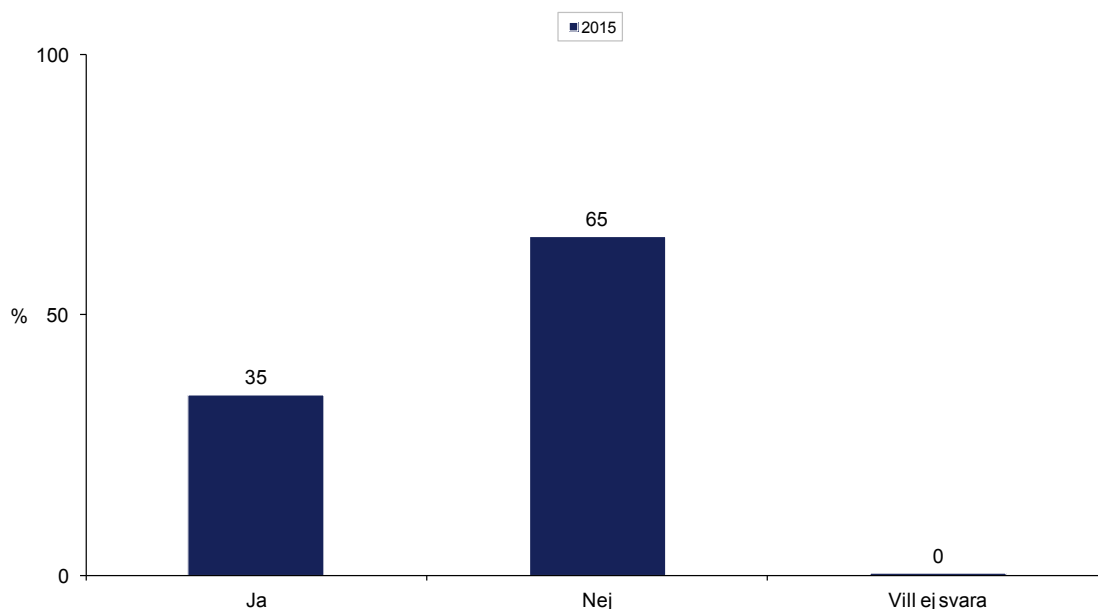
- Vi har dörren öppen sommarhalvåret, på vinterhalvåret hjälper vi folk med att hålla upp dörren när vi ser att någon behöver hjälp.
- Jag försöker alltid tänka på hur det är att ha en funktionsnedsättning.
- Om man tänker på synskadade, hörselnedsatta och personer som har svårt att förstå texter och information blir det lite svårt inne i butiken då vi inte har ekonomin att förbättra. Men för personer med rörelsenedsättning är det inga problem.
- Alla personer med funktionsnedsättning som handlar hos oss har inte sagt något. De tycker det fungerar.
- Vi är en ny butik och vi har tänkt på att det ska finnas utrymmen och andra saker som underlättar för funktionshindrade.

#### 4.1.4 Lagändring

Den 1:a januari 2015 skedde en förändring i diskrimineringslagstiftningen som bland annat innebar att personer med funktionsnedsättningar kan anmäla butiker för diskriminering på grund av bristande tillgänglighet samt att den som är ansvarig för verksamheten då kan bli skyldig att vidta åtgärder (för att förbättra tillgängligheten). Denna lagändring gäller i nuläget endast de butiker som har tio anställda eller fler. Konsumentverket vill veta om butikerna känner till denna lagändring och som inledning på detta frågeavsnitt lästes en kort informationstext upp om vad lagändringen innebär och butikscheferna fick sedan ange om de kände till lagändringen innan de fick informationen uppläst för sig.

#### Känner du till förändringen?

(Bastal: 2015, 508)



**Diagram 16. Andel som känner till förändringen i diskrimineringslagstiftningen.**

Drygt en av tre butikschefer svarar att de kände till förändringen i diskrimineringslagstiftningen innan Markörs intervjuare läste upp den för dem.



De som kände till förändringen i lagstiftningen fick svara på vem de fått informationen av. Svartalternativen lästes inte upp och det har varit möjligt för butikscheferna att svara fler olika aktörer.



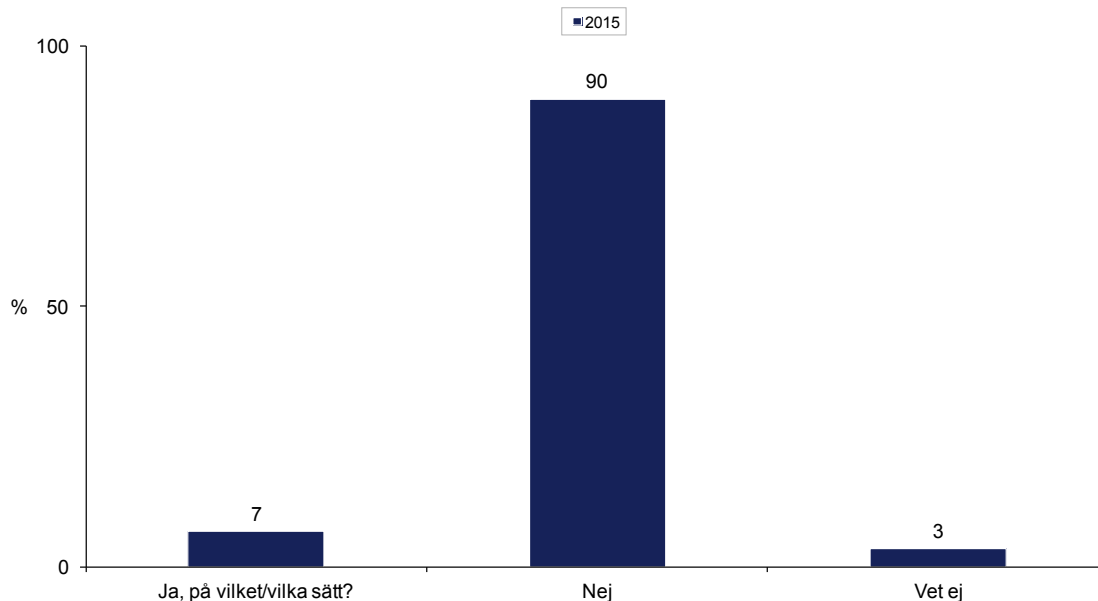
**Diagram 17. Vem som förmedlat information om lagändringen.**

Fyra av tio butikschefer som kände till förändringen i diskrimineringslagstiftningen har fått informationen via media, vilket är den vanligaste kanalen för informationen. 14 procent har fått informationen från den egna koncernen medan 16 procent svarar någon annan kanal än de fördefinierade alternativ som tagit fram. Exempel på svar som återfinns under *Annat* är:

- Kund (2 svar)
- Arbetsmiljöverket.
- Notis från bokföringsprogrammet Visma.
- Det bostadsbolag som jag hyr av.
- Samtal och diskussioner efter en incident.

Vidare fick de butikschefer som kände till lagändringen svara på om den kommer påverka butikens arbete med att förbättra tillgänglighet, service och bemötande för personer med funktionsnedsättningar. Denna fråga har ställts till samtliga butiker som kände till ändringen i lagstiftningen vilket gör att den även har besvarats av butiker med färre än tio anställda och som därmed inte innefattas i lagstiftningen.

**Kommer lagändringen att påverka din butiks arbete med att förbättra tillgänglighet, service och bemötande för personer med funktionsnedsättningar?**  
(Bastal: 2015, 176)



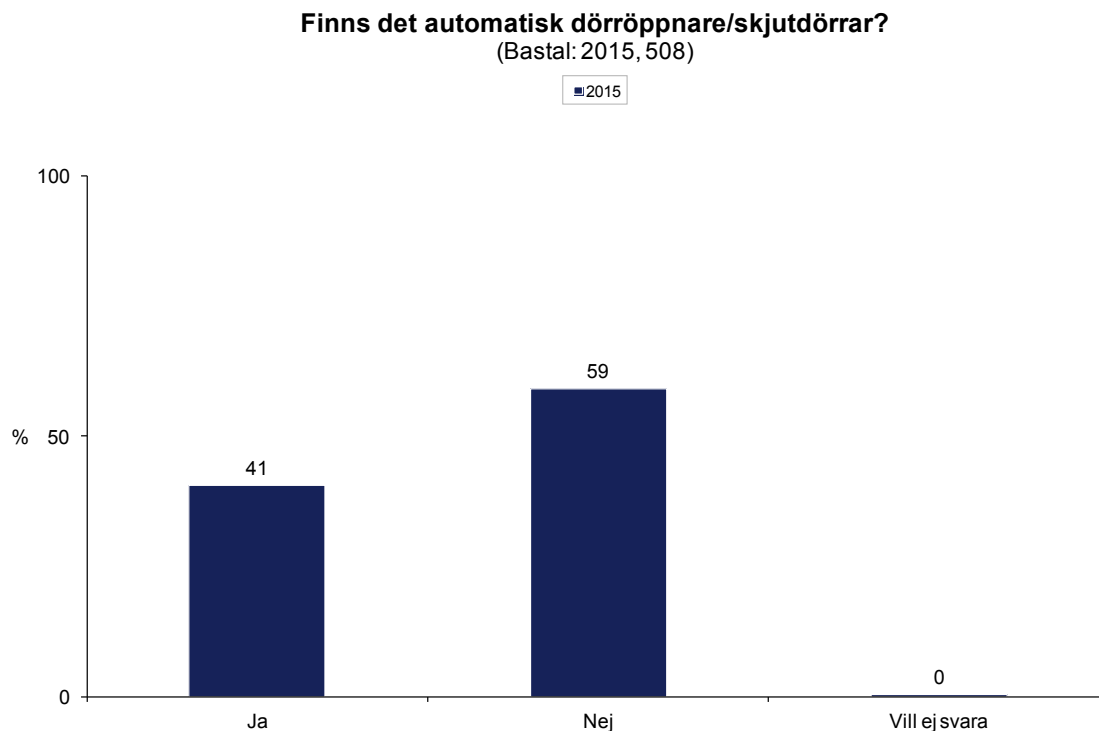
**Diagram 18. Andelen av de som känner till lagändringen som tror att den kommer innebära ändrade arbetssätt för att förbättra tillgänglighet, service och bemötande.**

Knappt en av tio butikschefer svarar att lagändringen kommer påverka deras arbete för att förbättra tillgänglighet, service och bemötande för personer med funktionsnedsättningar. Dessa personer ombads att förtydliga på vilket eller vilka sätt som arbetet kommer påverkas och några av de svar som framkommit är:

- Eventuellt ska vi skaffa en ramp.
- Vi har hittat fler lösningar och gjort om.
- Vi tänker på det när vi placerar varor.
- Alla måste tänka till så att butiken är tillgänglig för alla.
- Att vi kommer följa de regler som finns.
- Kanske, det kan jag inte veta. Det är om vi skulle bli anmälda

#### 4.1.5 Inventering

Ett frågeavsnitt handlade om hur det faktiskt ser ut i butikerna. Den inledande frågan var om det finns automatiska dörröppnare/skjutdörrar till butiken.



**Diagram 19. Andel av butikerna som har automatiska dörröppnare/skjutdörrar vid entrén.**

Fyra av tio butikschefer uppger att det finns automatiska dörröppnare/skjutdörrar vid entrén. När vi tittar närmare på hur de som uppgett att de har automatisk dörröppnare svarar, jämfört med de som inte har automatisk dörröppnare kan vi se följande:

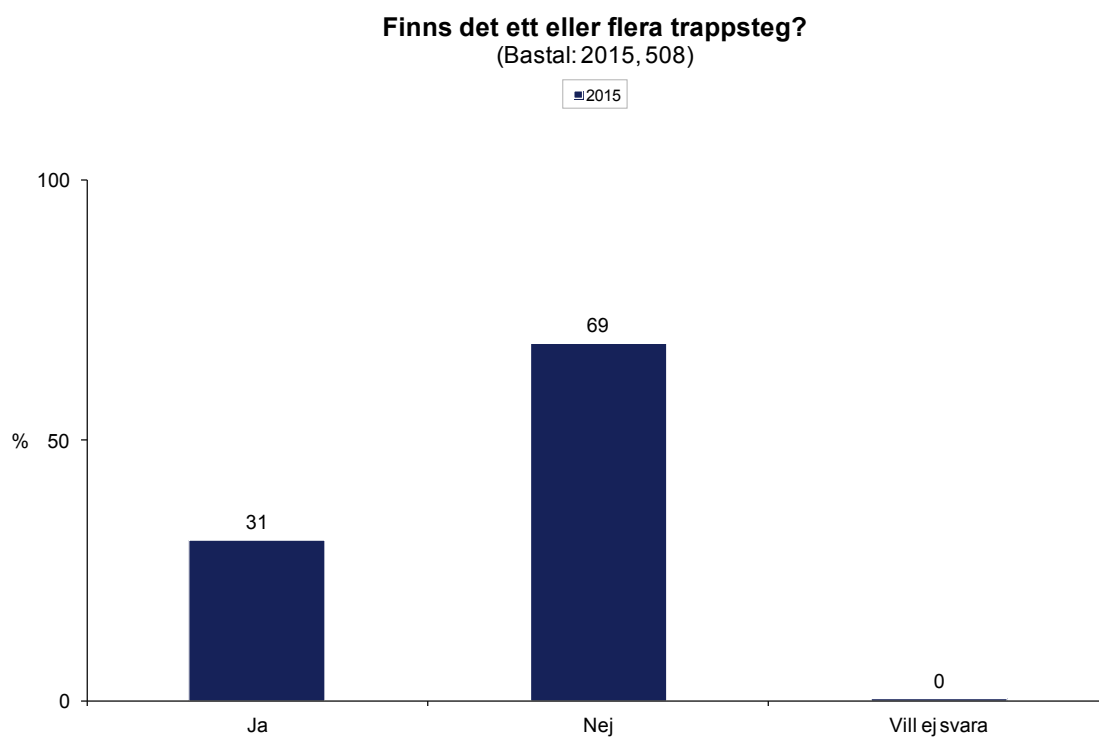
Skillnader beroende på om butikerna ligger i köpcentrum/handelsområde eller inte:

- 48 % av de butiker som ligger i köpcentrum/handelsområde har dörröppnare och 51 % har det inte.
- 34 % av de som **inte** ligger i köpcentrum/handelsområde har dörröppnare och 65 % har det inte

Hur de som **inte** har dörröppnare ser på tillgänglighetsfrågor i övrigt:

- 63 % av de som **inte** har dörröppnare ser inget behov av att förbättra tillgängligheten i sin butik (jämfört med 69 % för de som har dörröppnare)
- 51 % av de som **inte** har dörröppnare instämmer i att förbättringar av tillgängligheten i butiken är möjlig med små medel (jämfört med 62 % för de som har dörröppnare)
- 31 % av de som **inte** har dörröppnare anser sig välinformerade om vilka tillgänglighetskrav som finns enligt lagen (jämfört med 42 % för de som har dörröppnare)
- 70 % av de som **inte** har dörröppnare upplever i hög eller mycket hög grad att deras butik är tillgänglig för personer med olika funktionsnedsättningar (jämfört med 81 % av de som har dörröppnare)

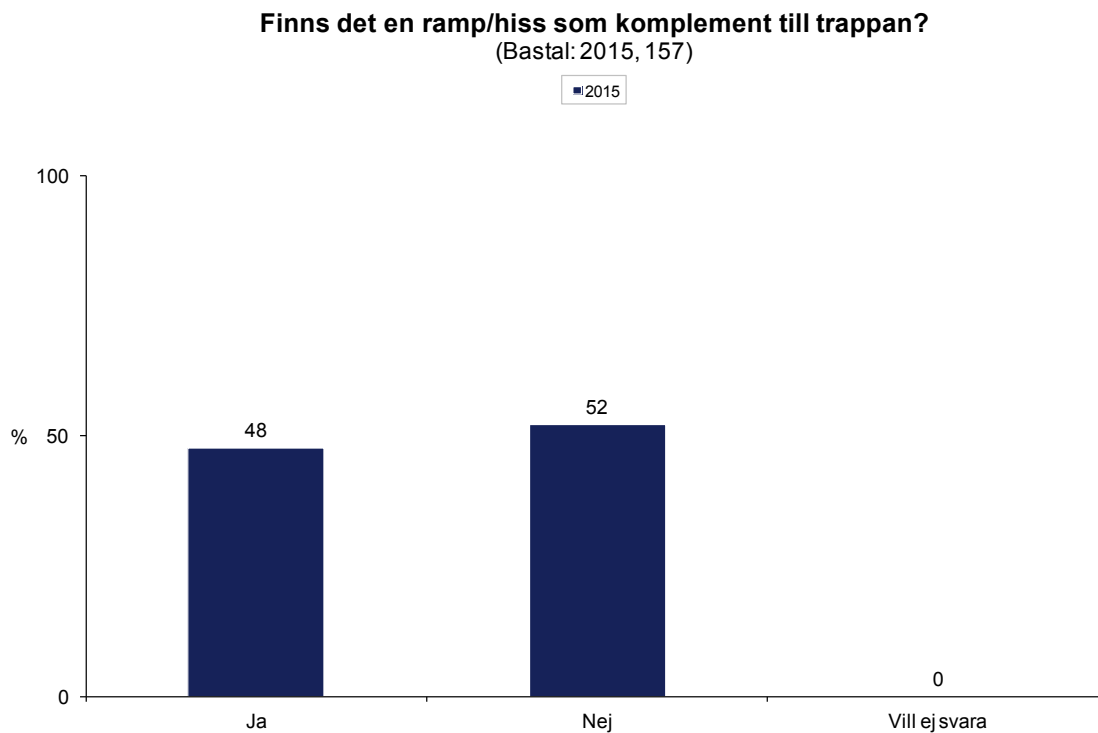
Nästa inventeringsfråga handlade om det finns ett eller flera trappsteg vid entrén till butiken.



**Diagram 20. Andel av butikerna som har trappsteg vid entrén.**

Tre av tio butikschefer uppger att det finns trappsteg vid entrén.

De butikshefer som svarade att de har trappsteg vid entrén fick svara på om de hade ramp eller hiss som komplement till trappan.

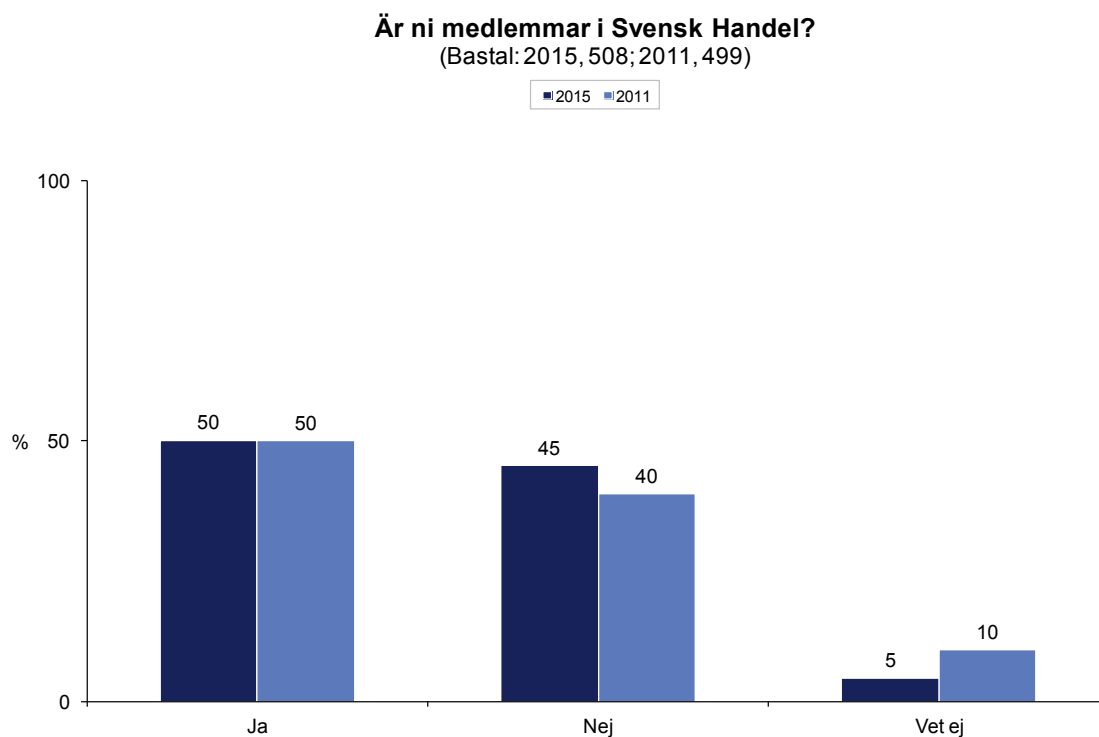


**Diagram 21. Andel av butikerna som har trappsteg vid entrén som också har ramp/hiss som komplement.**

Ungefär hälften av de butiker som har trappa vid sin entré svarar att de har ramp eller hiss som komplement till trappan.

#### 4.1.6 Bakgrundsfrågor om butiken

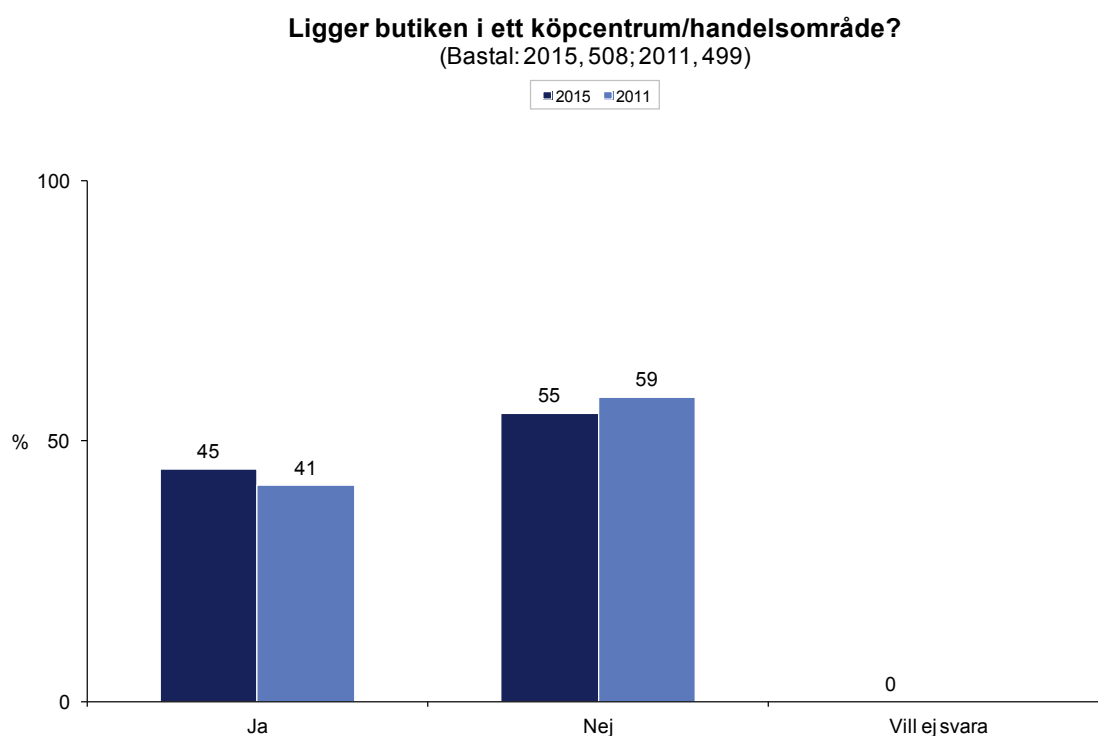
För att få en uppfattning om vilka typer av butiker som svarat på undersökningen ställdes ett antal bakgrundsfrågor om själva butiken. Den första frågan handlade om butiken var medlemmar i Svensk Handel.



**Diagram 22. Andel av butikerna som är medlemmar i Svensk Handel.**

Hälften av de svarande är medlemmar i Svensk Handel. Det bör dock påtalas att denna uppdelning var förutbestämd. Samma struktur gällde även vid föregående mätning.

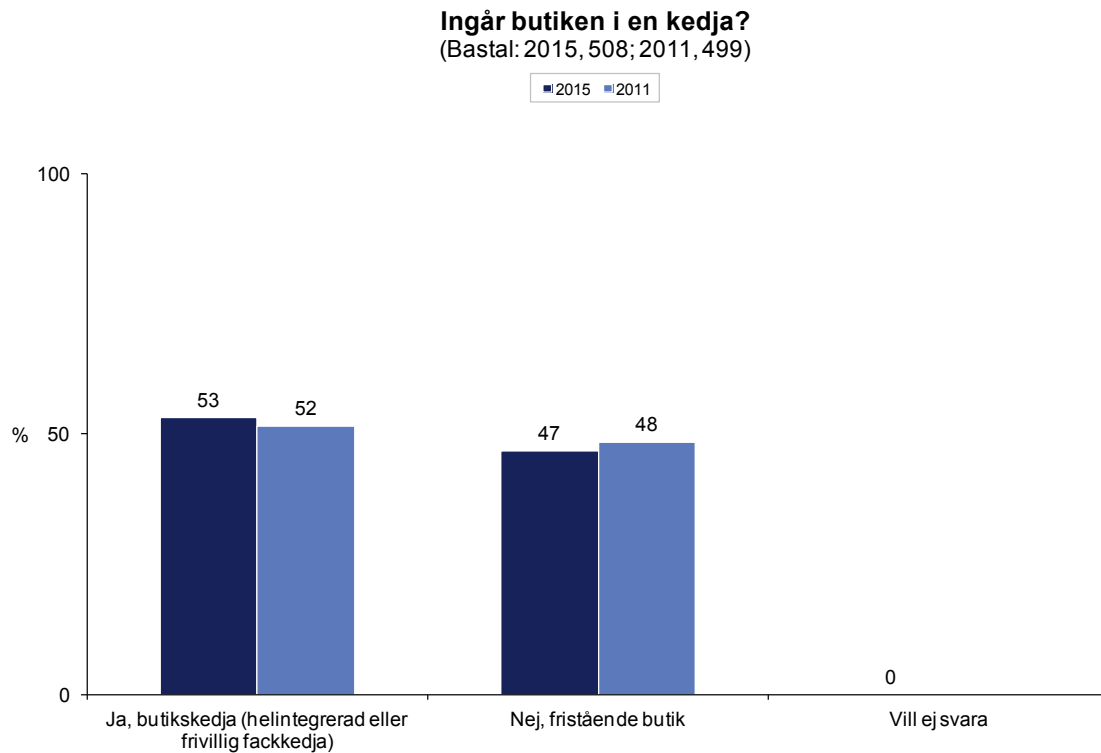
Butikscheferna fick svara på huruvida deras butik ligger i ett köpcentrum/handelsområde eller inte.



**Diagram 23. Andel butiker som ligger i ett köpcentrum/handelsområde.**

Det är en relativt jämn fördelning mellan butiker som ligger i ett köpcentrum/handelsområde och de som inte gör det. 45 procent svarar att deras butik ligger i ett köpcentrum/handelsområde och således svarar 55 procent att den inte gör det. I jämförelse med mätningen från 2011 har det inte skett några större förändringar även om fördelningen i årets undersökning är något jämnare än vid den föregående då fyra av tio butiker låg i ett köpcentrum/handelsområde medan sex av tio inte gjorde det.

Nästa fråga som ställdes om butiken handlade om de är medlemmar i en butikskedja (kan både vara en helintegrerad och en frivillig fackkedja) eller om de är en fristående butik.



**Diagram 24. Andel butiker som ingår i en butikskedja respektive som är fristående.**

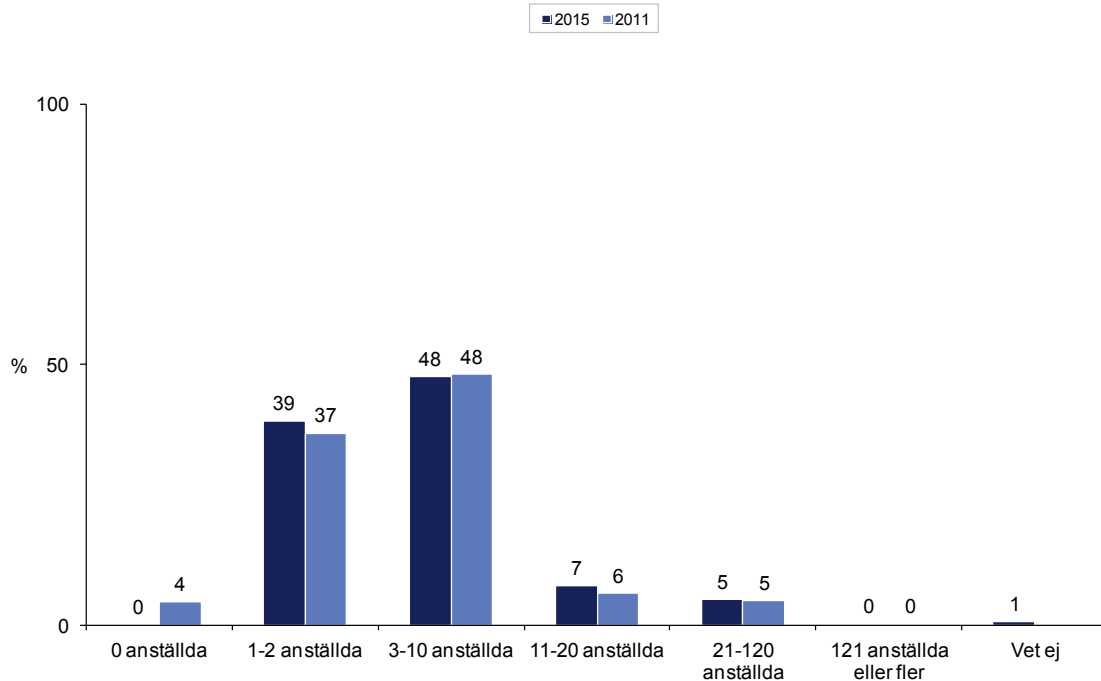
Fördelningen mellan om butiken är medlemmar i en butikskedja eller inte är mycket jämn då 53 procent av butikerna svarar att de är medlemmar i en butikskedja och 47 procent svarar att de är fristående. I jämförelse med mätningen från 2011 är utfallet nästintill identiskt.



I årets undersökning har uppgiften om antal årsanställda inhämtats genom att frågan ställts till butikscheferna. I undersökning 2011 hämtades den uppgiften direkt från registret. Instruktionen till frågan i årets undersökning var att butikscheferna även skulle inkludera sig själva då de anger antalet anställda, vilket inte var fallet vid mätningen 2011.

### Antal anställda (årsanställda) på butiken.

(Bastal: 2015, 508; 2011, 499)

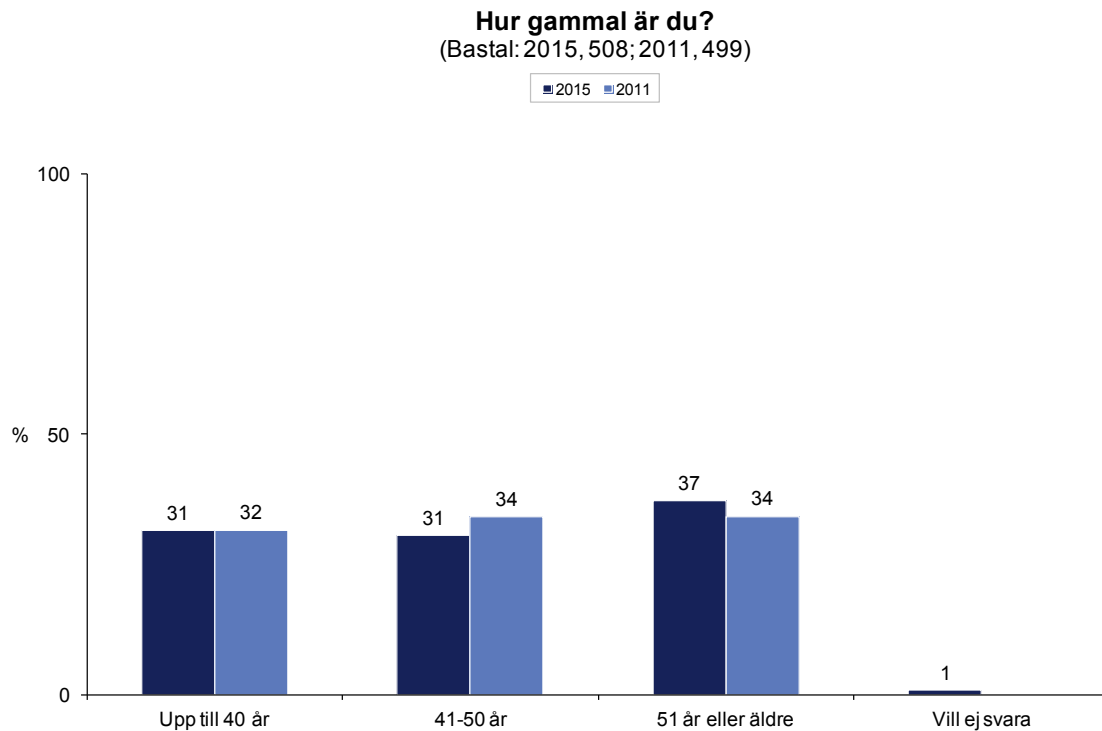


**Diagram 25. Antal årsanställda på butiken.**

Nästan hälften av butikerna i undersökningen har mellan tre och tio anställda och ungefär fyra av tio svarar att de har en till två anställda. Det innebär att drygt var tionde butik har fler än tio anställda. I jämförelse med utfallet i undersökningen från 2011 visas mycket små förändringar.

#### 4.1.7 Bakgrundsfrågor om butikschefen

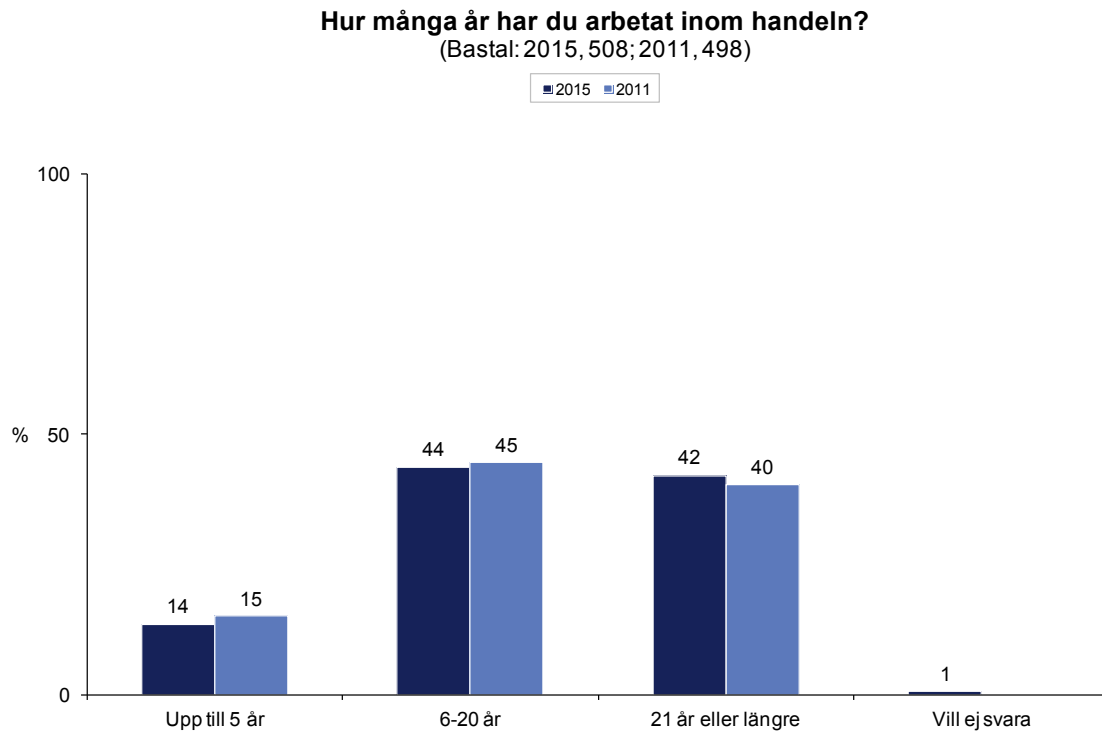
Som avslutning på undersökningen fick butikscheferna svara på några bakgrundsfrågor om dem själva. Den inledande frågan handlade om butikschefens ålder.



**Diagram 26. Ålder.**

Det är en relativt jämn åldersfördelning mellan butikscheferna. Knappt en av tre är 40 år eller yngre respektive 41-50 år medan lite drygt en av tre är 51 år eller äldre. I jämförelse med tidigare års undersökning framkommer endast små förändringar.

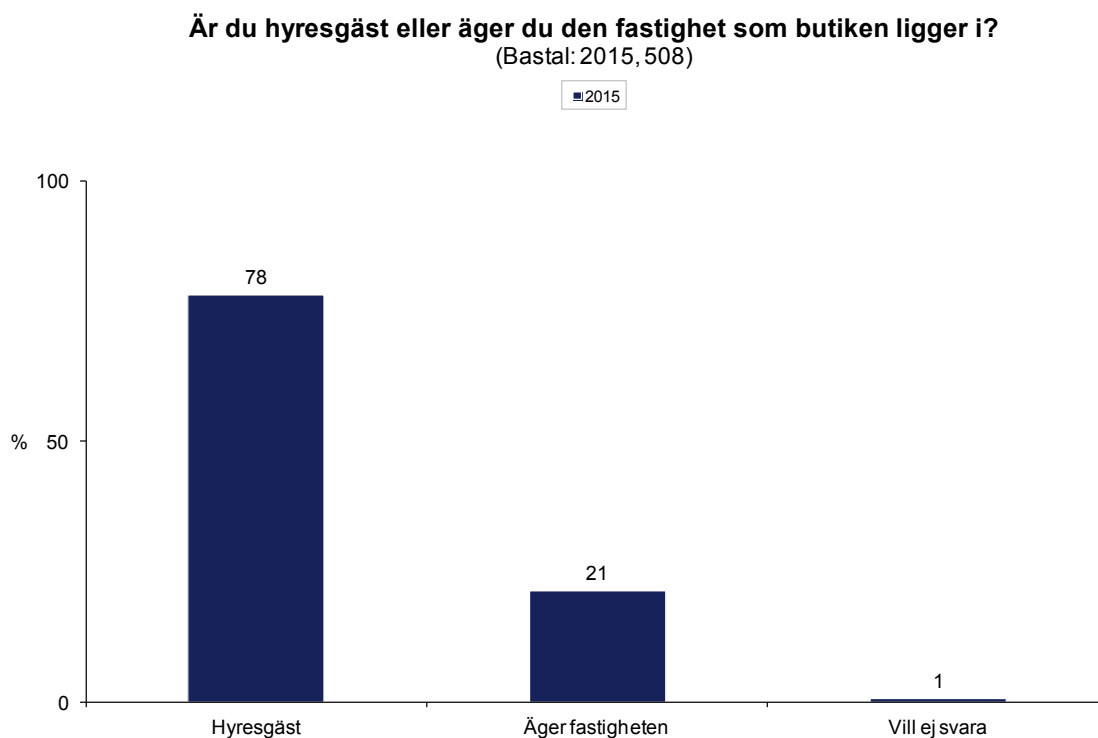
Vidare ställdes frågan om hur många år som butikscheferna arbetat inom handeln.



**Diagram 27. Antal arbetade år inom handeln.**

Drygt fyra av tio butikschefer svarar att de arbetat inom handeln 6-20 år respektive 21 år eller längre. Resterande andel (14 %) svarar att de arbetat kortare tid än sex år. Årets resultat visar inte på några större skillnader jämfört med mätningen som genomfördes 2011.

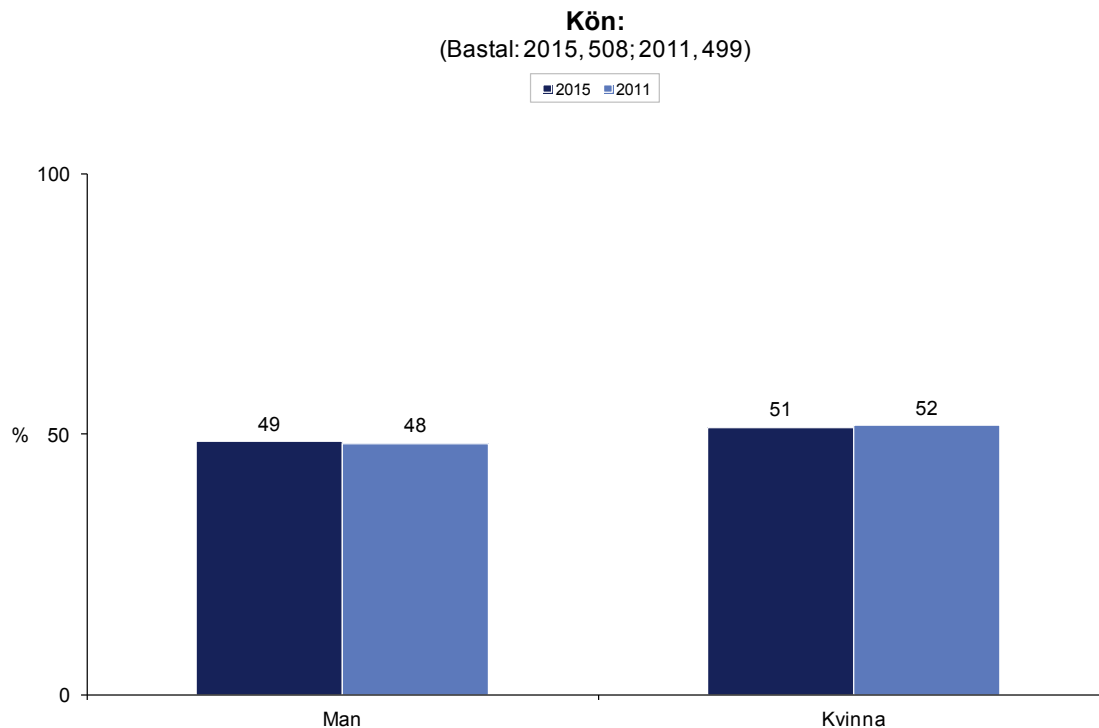
Det ställdes en fråga om den fastighet som butiken ligger i ägs eller hyrs av butiken.



**Diagram 28. Andel som hyr respektive äger den fastighet som butiken ligger i.**

Nästan åtta av tio butikschefer svarar att de hyr den fastighet som butiken ligger i och således är det drygt en av fem som äger fastigheten som deras butik ligger i.

Den avslutande frågan i undersökningen handlade om butikschefen var kvinna eller man.



**Diagram 29. Kön.**

Könsfördelningen mellan de svarande butikscheferna är mycket jämn då 51 procent av de svarande är kvinnor och 49 procent är män. Denna jämna fördelning var även utfallet vid mätningen 2011.

## 4.1 Resultat uppdelat på bakgrundsfaktorer

I detta avsnitt redovisas ett urval av resultaten uppdelade på de tre bakgrundsfaktorerna om butiken är medlem i Svensk Handel eller inte, om butiken tillhör en kedja eller är fristående samt om butiken under de två senaste åren tagit del av information om hur tillgängligheten i butik kan förbättras eller om de inte gjort det. Resultaten redovisas utifrån vad som är mest intressant utifrån undersökningens syfte. Det är med andra ord inte uteslutande de största skillnaderna som redovisas, utan snarare hur central frågan är för att besvara undersökningens syfte. Vissa frågor med självskrivna skillnader har därför ibland uteslutits.

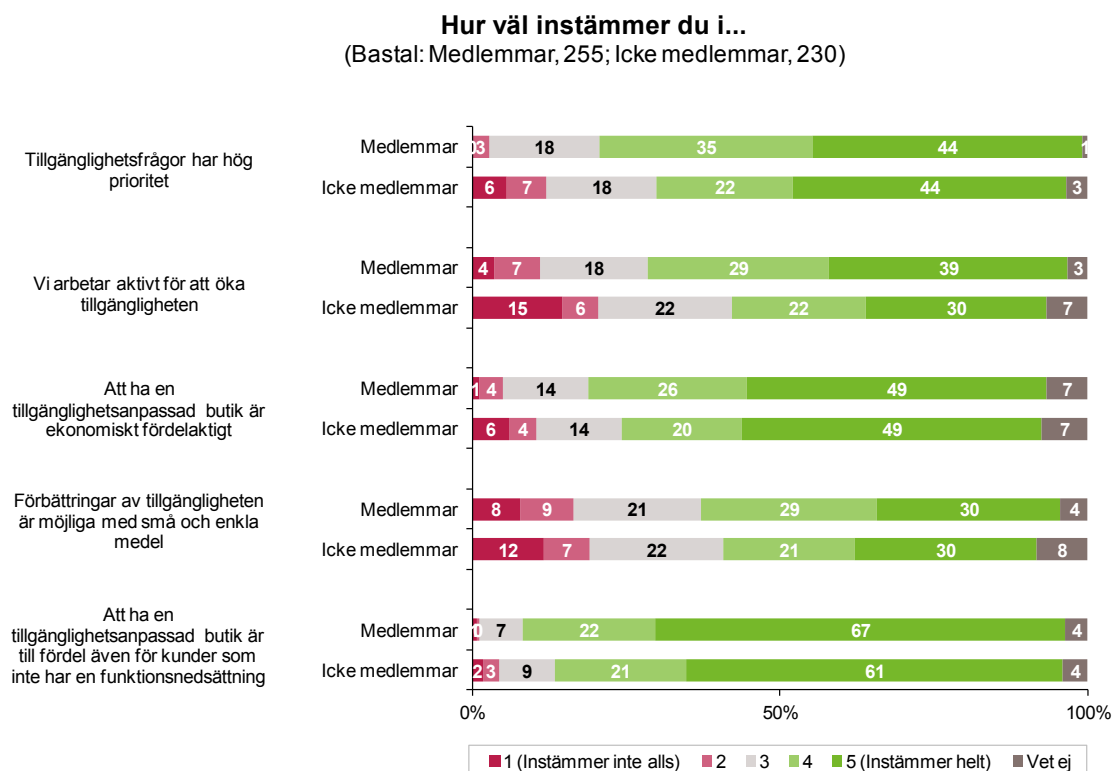
### 4.1.1 Medlem i Svensk Handel eller inte

Då resultaten redovisas uppdelat mellan om butiken är medlem i Svensk Handel eller inte visas förhållandevis jämna resultat mellan de två grupperna. En tendens som framkommer är dock att de butiker som är medlemmar i Svensk Handel i något högre grad prioriterar dessa frågor samt är något mer aktiva i arbetet med att göra tillgänglighetsförbättringar i butiken.

Det kan noteras att antalet svarande mellan de som är medlemmar i Svensk Handel och de som inte är det inte är helt jämn trots att utgångspunkten i undersökningen var en jämn fördelning. Detta beror dels på den differens som uppstod i datainsamlingen där två intervjuer mer gjordes

med medlemmar i Svensk Handel, dels på att Markör klassificerat de som inte vet om de är medlemmar som icke medlemmar i datainsamlingen (enligt överenskommelse med Konsumentverket). Däremot i denna resultatredovisning har Markör valt att inte sammanfoga de som svarat att de inte är medlemmar med de som inte vet. Därmed är det 230 svarande i målgruppen som inte är medlemmar medan det är 255 svarande i gruppen som är medlemmar.

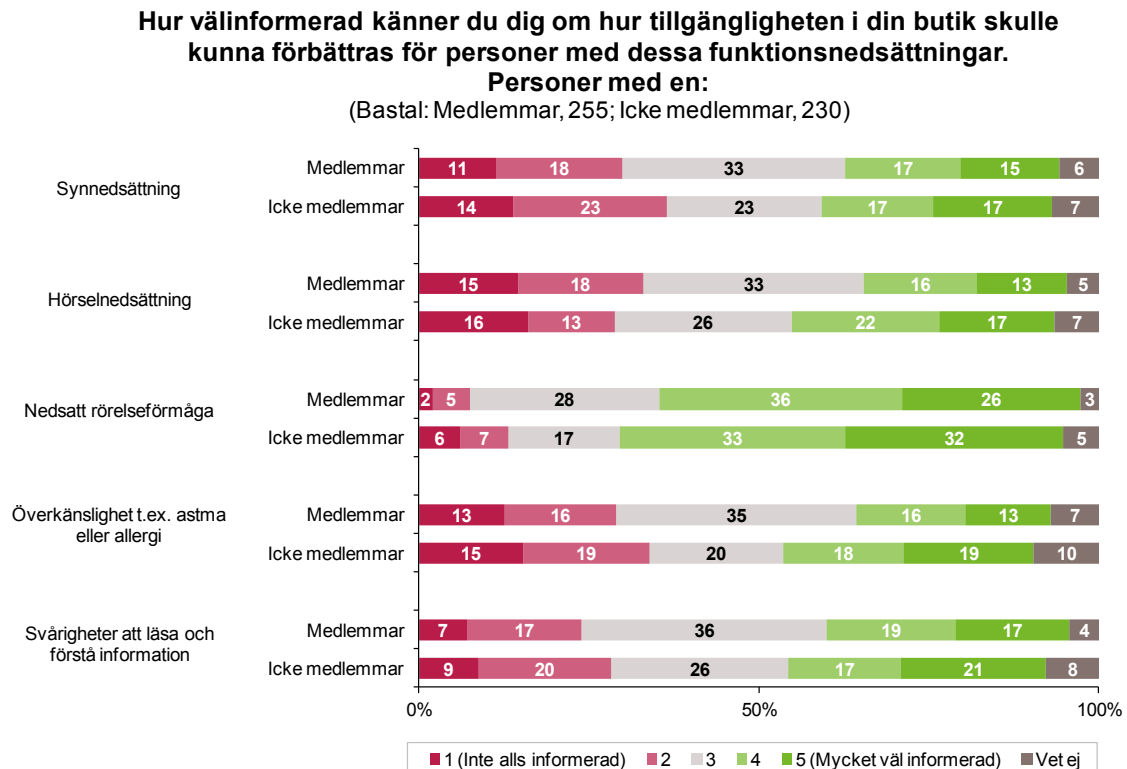
Den första resultatredovisningen i detta avsnitt handlar om butikschefernas upplevelse av tillgänglighetsfrågor och tillgänglighetsarbete.



**Diagram 30. Inställning till arbete med tillgänglighet uppdelat mellan medlemmar i Svensk Handel och de som är inte medlemmar.**

Resultaten visar att andelen instämmande är högre bland butiker som är medlemmar i Svensk Handel för samtliga fem påståenden som ställdes. Skillnaden varierar mellan 6-16 procentenheter och den största differensen visas för påståendet om att *Vi arbetar aktivt för att öka tillgängligheten*.

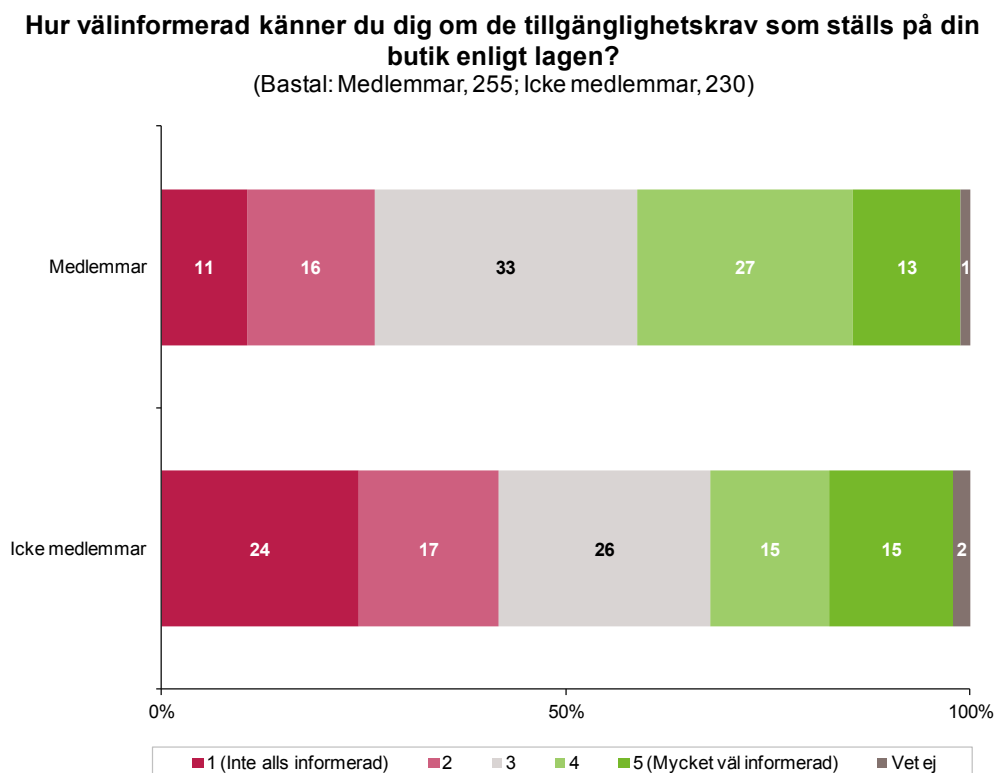
Vidare visas resultaten över hur välinformerade butikscheferna är om hur tillgängligheten i deras butik kan förbättras för personer med olika typer av funktionsnedsättningar.



**Diagram 31. Hur välinformerade butikscheferna är om olika funktionsnedsättningar uppdelat mellan de som är medlemmar i Svensk Handel och de som inte är det.**

De två gruppernas resultat gällande hur välinformerade butikscheferna är om hur tillgängligheten i deras butik kan förbättras för personer med olika typer av funktionsnedsättningar visar överlag på små skillnader. Trots att skillnaderna är små kan det ändå konstateras att andelen som känner sig välinformerade är högre bland de butiker som inte är medlemmar i Svensk Handel för samtliga fem funktionsnedsättningar som efterfrågades.

Då andelen som upplever sig vara informerade om olika typer av funktionsnedsättningar var relativt likvärdig mellan de två grupperna är det även relevant att visa på hur välinformerade butikscheferna känner sig om de tillgänglighetskrav som ställs på butiken enligt lagstiftningen för att se om samma tendens återfinns även där.

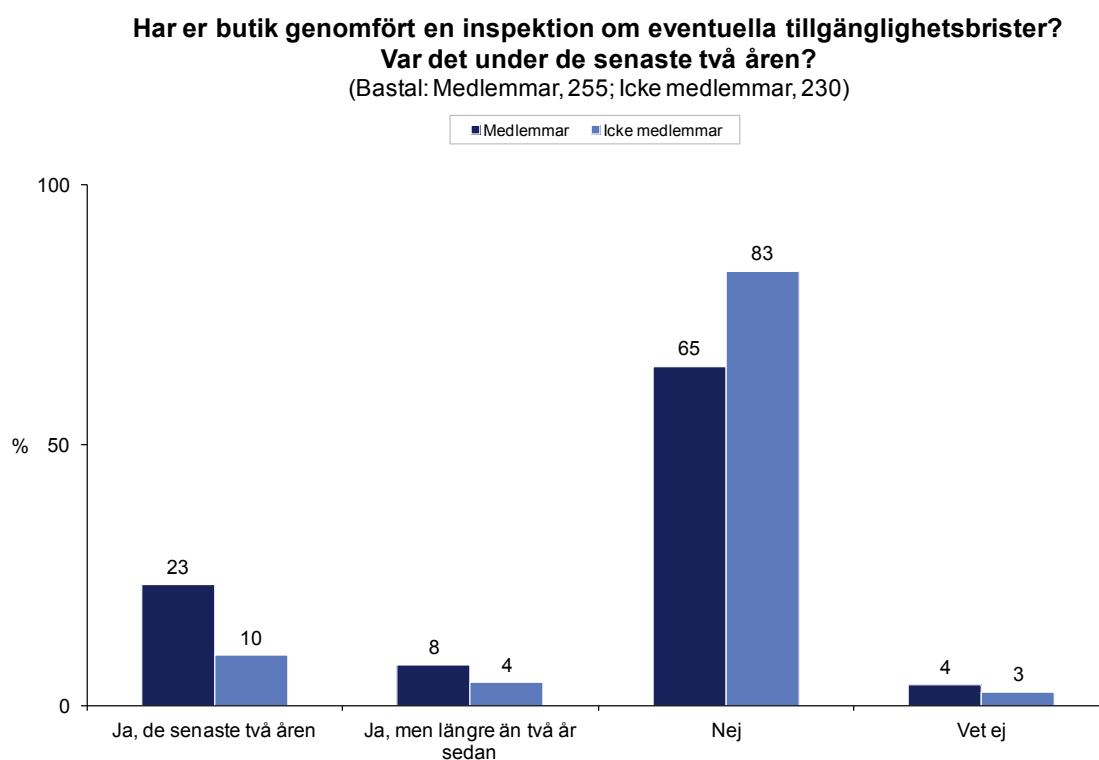


**Diagram 32. Hur välinformerade butikscheferna är om de tillgänglighetskrav som ställs uppdelat mellan de som är medlemmar i Svensk Handel och de som inte är det.**

Fyra av tio butiker som är medlemmar i Svensk Handel anser att de är välinformerade om vilka tillgänglighetskrav som ställs på deras butik enligt lagen. Motsvarande andel för butikerna som inte är medlemmar är tre av tio. I den gruppen är det nästan en av fyra butiker som svarar att de inte alls är informerade (mest negativa svarsalternativet), vilket en av tio svarar i gruppen som är medlemmar.



För att se om det finns skillnader i det faktiska arbetet med tillgänglighetsanpassning mellan de två grupperna redovisas resultat som belyser den aspekten. Inledningsvis genom en redovisning av om butiken genomfört en inspektion om eventuella tillgänglighetsbrister och i så fall när inspektionen genomfördes.



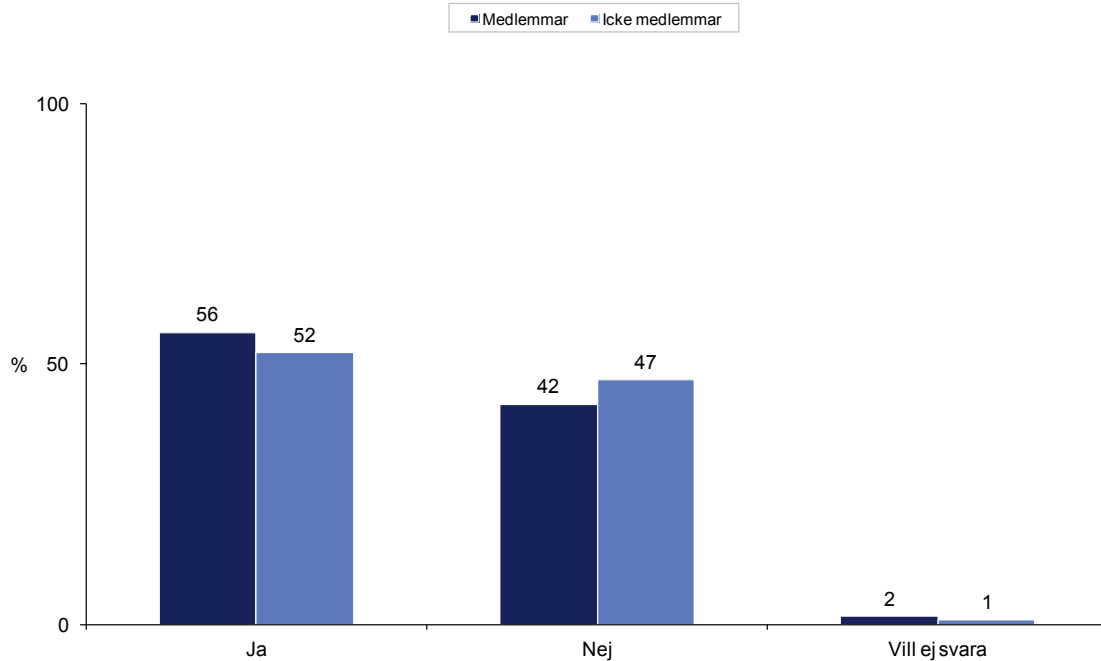
**Diagram 33. Andel butiker som genomfört en inspektion om eventuella tillgänglighetsbrister uppdelat mellan de som är medlemmar i Svensk Handel och de som inte är det.**

Det är ungefär en av tre butiker som är medlemmar i Svensk Handel som någon gång genomfört en inspektion av eventuella tillgänglighetsbrister medan motsvarande andel för de butiker som inte är medlemmar är drygt en av sju. Det kan även noteras att andelen som genomfört inspektionen de två senaste åren är 23 procent i gruppen medlemmar medan den är tio procent för de som inte är det.

Vidare redovisas resultaten uppdelade mellan de två grupperna gällande hur stor andel som genomfört tillgänglighetsförbättringar i sin butik under de två senaste åren.

#### Har ni gjort några tillgänglighetsförbättringar i er butik de senaste två åren?

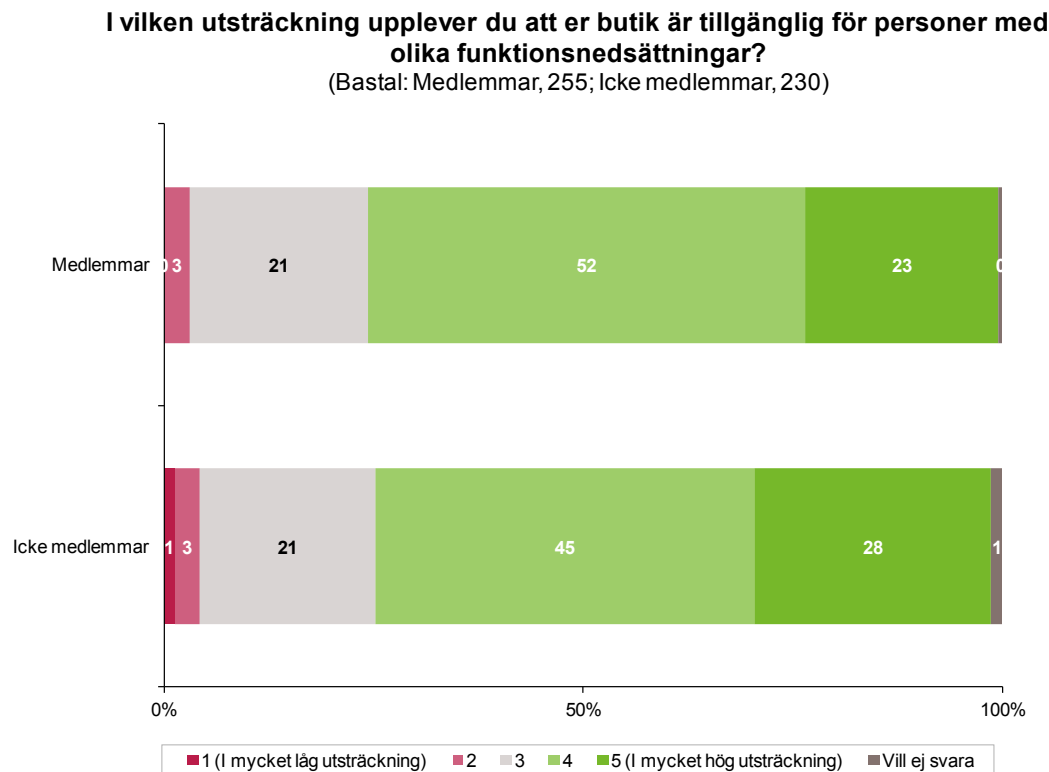
(Bastal: Medlemmar, 255; Icke medlemmar, 230)



**Diagram 34. Andel som gjort tillgänglighetsförbättringar i butik de två senaste åren uppdelat mellan de som är medlemmar i Svensk Handel och de som inte är det.**

I de båda grupperna är det något fler än hälften av butikerna som gjort tillgänglighetsförbättringar under de senaste två åren. Bland de som är medlemmar är det 56 procent som svarat instämmande medan bland butikerna som inte är medlemmar är det 52 procent.

Som avslutning på redovisningen uppdelat på om butiken är medlem i Svensk Handel eller inte redovisas butikschefernas upplevelser av i vilken utsträckning de upplever att deras butik är tillgänglig för personer med olika funktionsnedsättningar.



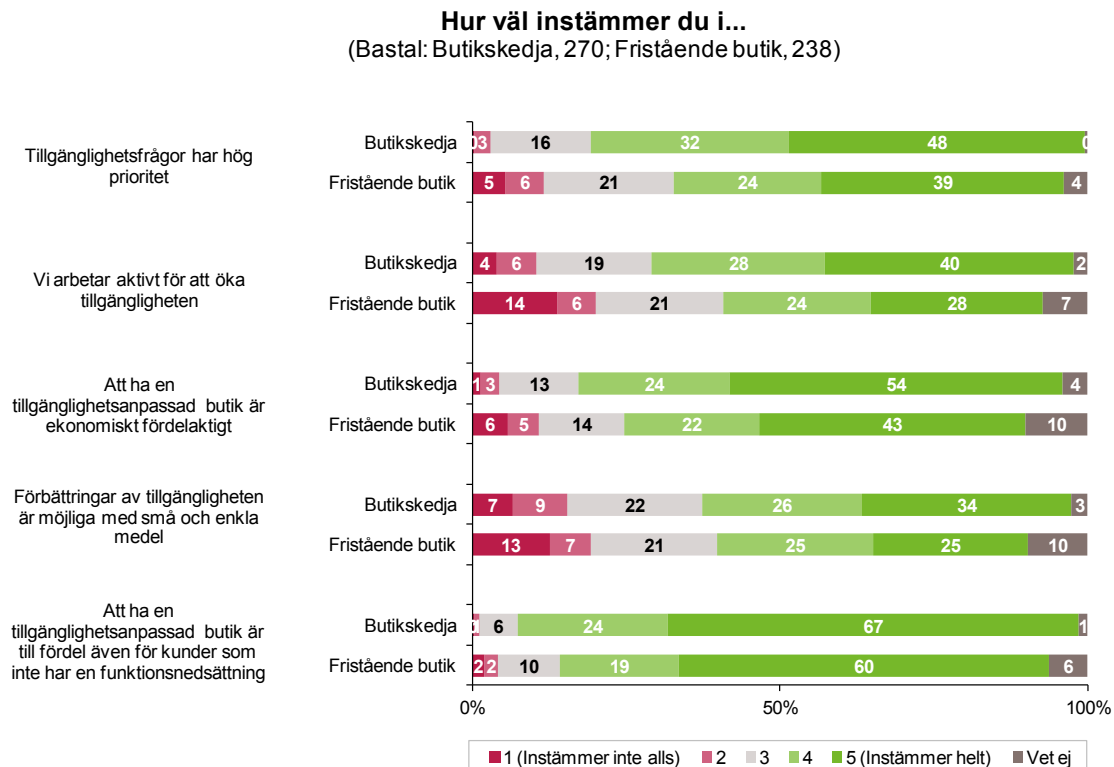
**Diagram 35. Upplevd tillgänglighet i butiken för personer med funktionsnedsättningar uppdelat mellan de som är medlemmar i Svensk Handel och de som inte är det.**

I båda grupperna är det fler än sju av tio butikschefer som anser att deras butik i hög utsträckning är tillgänglig för personer med olika typer av funktionsnedsättningar. Det är även endast enstaka procent av butikscheferna i båda grupperna som anser att deras butik är tillgänglig i låg utsträckning.

#### 4.1.2 Butikskedja eller fristående butik

Då resultaten redovisas uppdelade mellan om butiken tillhör en butikskedja eller en fristående butik bör det påtalas att 70 procent av de som tillhör en butikskedja också har svarat att de är medlemmar i Svensk Handel. Därmed finns det vissa likheter mellan resultaten i detta avsnitt och resultaten som presenteras utifrån om butiken är medlem i Svensk Handel eller inte.

Det första resultat som redovisas handlar om butikschefernas inställning till arbete med tillgänglighetsfrågor.



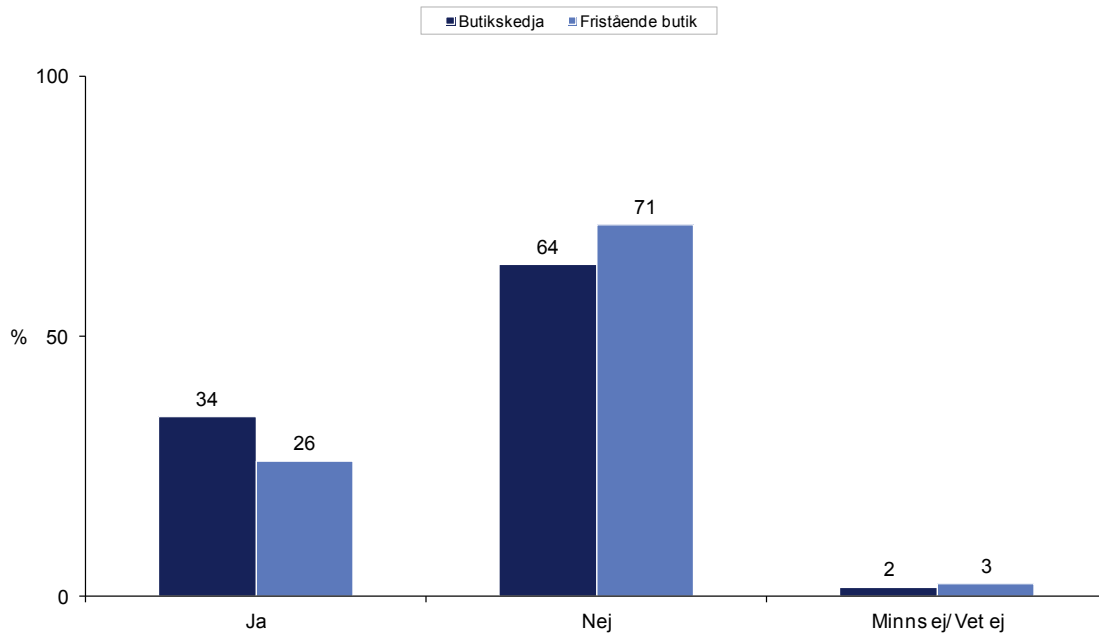
**Diagram 36. Inställning till arbete med tillgänglighet uppdelat mellan butikskedja och fristående butik.**

För butikschefer inom butikskedjor varierar andelen instämmande för de fem påståendena om tillgänglighet från 60-91 procent medan variationen för butikschefer från fristående butiker är 50-79 procent. Andelen instämmande för respektive påståenden är dessutom högre för butikschefer inom butikskedjor.

Vidare redovisas resultat om huruvida butikscheferna inhämtat information under de två senaste åren om hur tillgänglighet i deras butik kan förbättras.

**Har du under de senaste två åren tagit del av information, eller sökt råd eller information om hur tillgängligheten i din butik kan förbättras?**

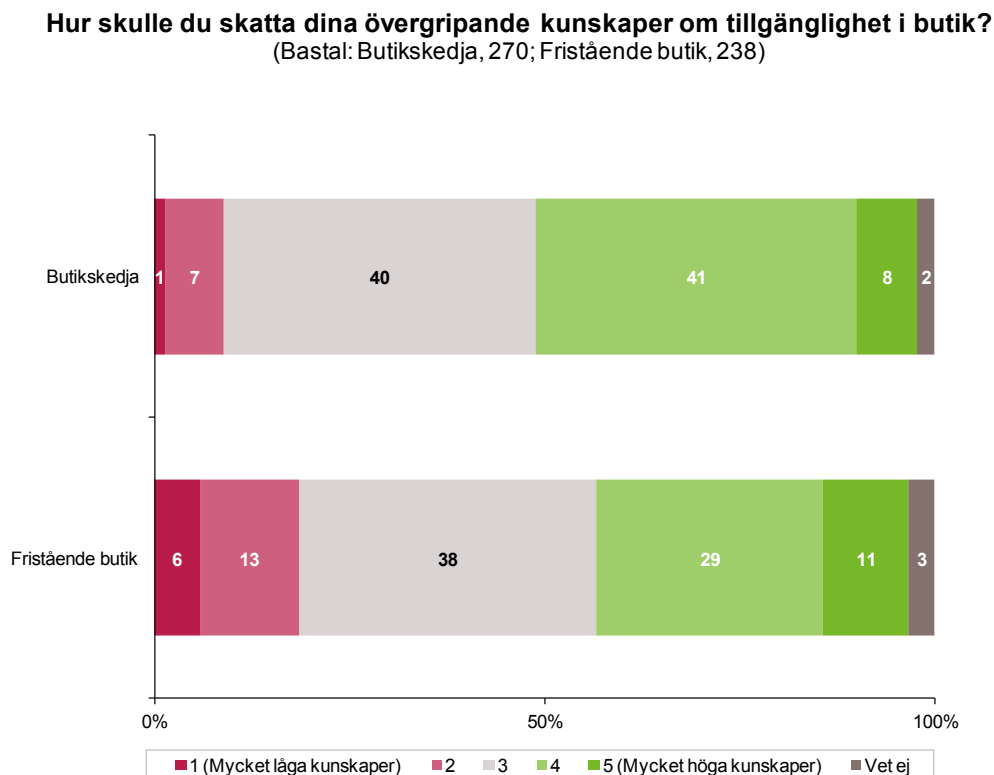
(Bastal: Butikskedja, 270; Fristående butik, 238)



**Diagram 37. Andel butikschefer som tagit del eller sökt råd/information om hur tillgängligheten kan förbättras uppdelat mellan butikskedja och fristående butik.**

Drygt var tredje butikschef som arbetar inom butikskedjor har under de två senaste åren inhämtat information om hur tillgängligheten i deras butik kan förbättras medan motsvarande andel för butikschefer inom fristående butiker är en av fyra.

I efterföljande redovisning återfinns butikscheferna från de två olika gruppernas övergripande upplevelse av hur höga deras kunskaper är om tillgänglighet i butik.



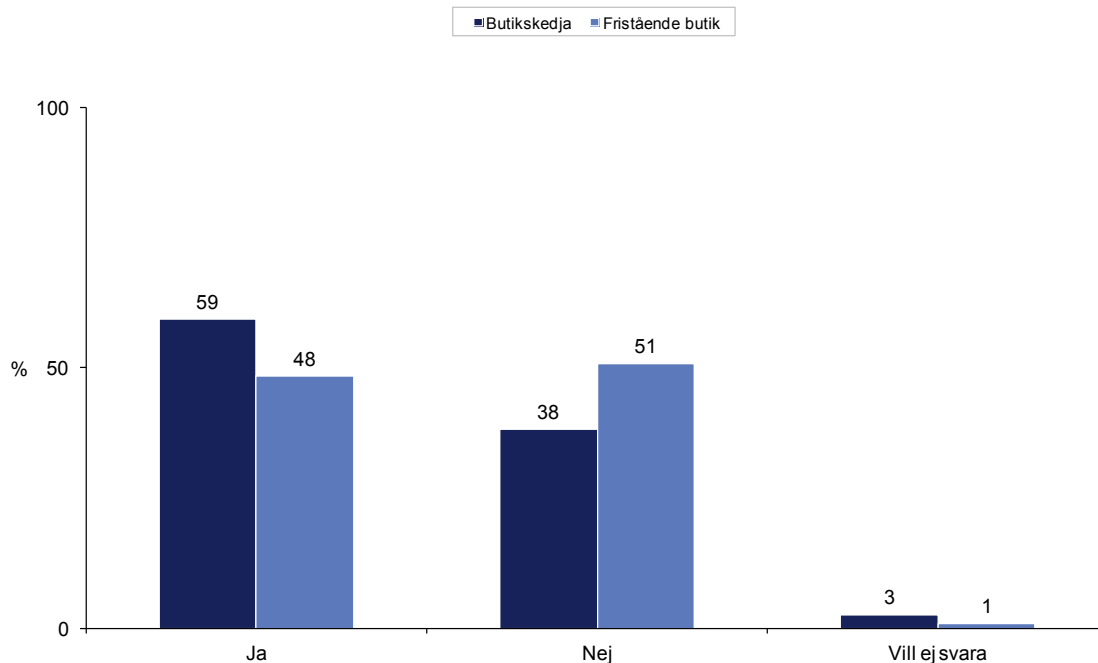
**Diagram 38. Uppskattning av de övergripande kunskaperna om tillgänglighet i butik uppdelat mellan butikskedja och fristående butik.**

Det är ungefär hälften av butikscheferna inom butikskedjor som anser att de har höga kunskaper om tillgänglighet i butik. Motsvarande andel för butikschefer inom fristående butiker är fyra av tio.

Resultaten nedan visar om butiken gjort några tillgänglighetsförbättringar under de två senaste åren och är uppdelade mellan butikschefer inom butikskedjor och butikschefer från fristående butiker.

### Har ni gjort några tillgänglighetsförbättringar i er butik de senaste två åren?

(Bastal: Butikskedja, 270; Fristående butik, 238)



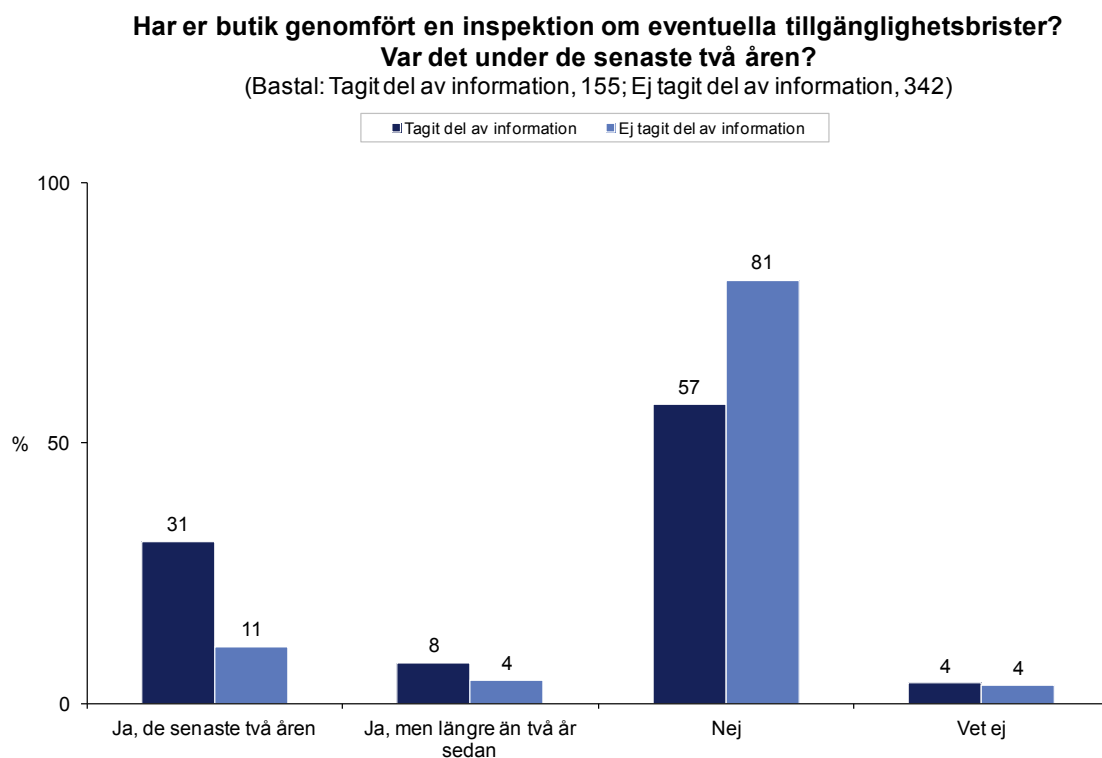
**Diagram 39. Andel som gjort tillgänglighetsförbättringar i butik de två senaste åren uppdelat mellan butikskedja och fristående butik.**

Nästan sex av tio butikschefer inom butikskedjor har under de senaste två åren gjort tillgänglighetsförbättringar i sin butik medan motsvarande andel för fristående butiker är ungefär hälften.

#### 4.1.3 Butiken har tagit del av information eller inte

Då resultaten granskas utifrån om butiken tagit del av information om hur tillgängligheten i butik kan förbättras visas en tydlig tendens i resultaten. De som har tagit del av information prioriterar tillgänglighetsfrågor i högre grad, är mer informerade om gällande lagstiftning samt har högre kännedom om hur tillgängligheten kan förbättras för personer med olika typer av funktionsnedsättningar. De anser sig också arbeta mer aktivt med dessa frågor. För att visa på eventuella effekter av informationsinsatser är fokus i detta avsnitt därför på det faktiska arbetet som skett i butikerna.

Det första resultat som redovisas handlar om butikerna genomfört inspektioner av eventuella tillgänglighetsbrister och om det var under de senaste två åren.



**Diagram 40. Andel butiker som genomfört en inspektion om eventuella tillgänglighetsbrister uppdelat mellan de som tagit del av information och de som inte gjort det.**

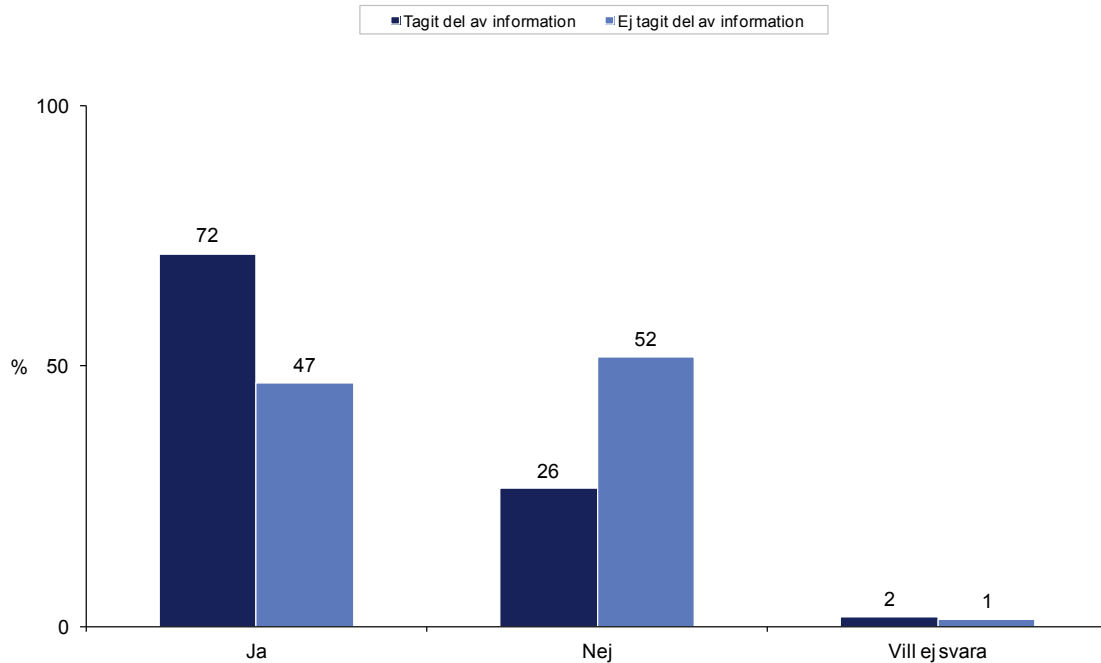
Det är 31 procent av de butiker som tagit del av information de senaste två åren som också har genomfört en inspektion av eventuella tillgänglighetsbrister under perioden. I gruppen som inte tagit del av information är motsvarande andel elva procent.



Vidare redovisas om butikerna genomfört några tillgänglighetsförbättringar under de två senaste åren.

### Har ni gjort några tillgänglighetsförbättringar i er butik de senaste två åren?

(Bastal: Tagit del av information, 155; Ej tagit del av information, 342)



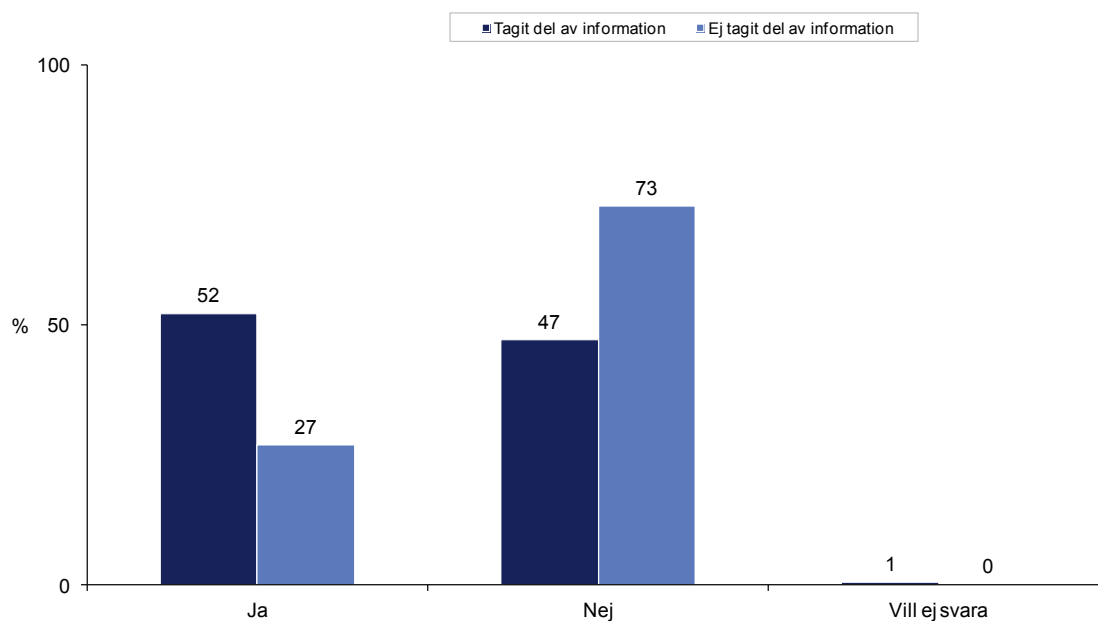
**Diagram 41. Andel som gjort tillgänglighetsförbättringar i butik de två senaste åren uppdelat mellan de som tagit del av information och de som inte gjort det.**

Resultaten visar att drygt sju av tio butiker som tagit del av information de två senaste åren också har genomfört tillgänglighetsförbättringar i sin butik under den tidsperioden. I gruppen som inte tagit del av information är det knappt hälften som genomfört några tillgänglighetsförbättringar under de två senaste åren.

Kommande resultat visar hur stor andel av butikscheferna i de olika grupperna som känner till den förändring i diskrimineringslagstiftningen som innebär att personer med funktionsnedsättningar kan anmäla butiker för diskriminering på grund av bristande tillgänglighet.

#### Känner du till förändringen?

(Bastal: Tagit del av information, 155; Ej tagit del av information, 342)



**Diagram 42. Andel som känner till förändringen i diskrimineringslagstiftningen uppdelat mellan de som tagit del av information och de som inte gjort det.**

I gruppen som under de två senaste åren tagit del av information om hur tillgängligheten i deras butik kan förbättras är det fler än hälften som känner till förändringen i diskrimineringslagstiftningen. Motsvarande andel i de som inte tagit del av information är drygt en av fyra.

## 5 Resultatdiskussion

### 5.1 Inställning till- tillgänglighetsförbättringar

Resultatet från undersökningen visar att butikscheferna överlag har en positiv inställning till tillgänglighetsfrågor. En klar majoritet av butikscheferna anser att de prioriterar dessa frågor, att en tillgänglig butik även är till fördel för kunder som inte har en funktionsnedsättning samt att en tillgänglig butik är ekonomiskt fördelaktigt. Bilden stärks av att fler än hälften av butikscheferna svarar att de anser att tillgänglighetsförbättringar är möjliga att genomföra med små och enkla medel. Detta skulle kunna vara tecken på att det sker ett aktivt arbete med tillgänglighetsfrågor.

En granskning av det faktiska arbetet med att tillgänglighetsförbättra butiken visar dock delvis en annan bild. Endast 17 procent av butikscheferna har under de senaste två åren gjort en inspektion av eventuella tillgänglighetsbrister. Knappt en av tre ha tagit del av information om hur tillgängligheten i butiken kan förbättras och ungefär lika få känner till vilka tillgänglighetskrav som finns enligt lagen. Vidare har endast 54 procent av butikerna gjort tillgänglighetsförbättringar de senaste två åren. De som har gjort tillgänglighetsförbättringar har gjort i genomsnitt 1,4 åtgärder per butik och den i särklass vanligaste åtgärden är att de gjort bredare gångar i butiken (65 %).

På frågan om varför butikerna inte gjort några tillgänglighetsförbättringar är det vanligaste svaret att de inte ser något behov. Det uppges av 65 procent av de butikschefer som inte gjort några tillgänglighetsförbättringar. Detta kan kanske förklaras av att det är nästan tre av fyra butikschefer som anser att deras butik är tillgänglig för personer med funktionsnedsättningar. Trots detta är det 59 procent som uppger att de inte har en automatisk dörröppnare på entrédörren. Även bland de som inte har dörröppnare är det 70 procent som i hög utsträckning anser att deras butik är tillgänglig för personer med olika funktionsnedsättningar. Detta kan tyda på att det verkar finnas ett glapp mellan butikschefernas syn på vad en tillgänglig butik är och de krav som finns enligt lagar och föreskrifter.

### 5.2 Kunskap om olika funktionsnedsättningar

Nedsatt rörelseförmåga är den funktionsnedsättning som butikscheferna framförallt sammankopplar med tillgänglighet i butik. Det stämmer också överens med att en hög andel (63 %) känner sig välinformerade om hur tillgängligheten i butiken kan förbättras för personer nedsatt rörelseförmåga. Andelen som känner sig välinformerade om andra typer av funktionsnedsättningar varierar mellan 33-37 procent. Det verkar finnas en hög kunskap och ett aktivt arbete i butikerna för att förbättra framkomligheten och underlätta för personer med nedsatt rörelseförmåga. Däremot är kunskapen om andra typer av funktionsnedsättningar inte lika hög. 65 procent av butikerna som gjort tillgänglighetsförbättringar har gjort bredare gångar medan det är relativt ovanligt med åtgärder som förbättrar för personer med nedsatt orienteringsförmåga, personer med allergi, eller åtgärder som förbättrar ljudmiljön.

### 5.3 Information om hur tillgängligheten kan förbättras

Den mest intressanta av de resultatbrytningar vi gjort är den mellan butikschefer som tagit del av information under de två senaste åren om hur tillgängligheten i butiken kan förbättras, och de som inte gjort det. Det vanligaste är att man fått informationen från den egna koncernen (23 %) eller från kommunen (21 %). Resultatet visar att de som tagit del av information har en mer positiv inställning till tillgänglighetsarbete samt känner sig mer informerade om olika typer av funktionsnedsättningar och gällande lagstiftning. Den gruppen arbetar också mer aktivt med att förbättra tillgängligheten i sin butik. Bland de som tagit del av information under de två senaste åren är det fler än sju av tio som genomfört åtgärder för att förbättra tillgängligheten i butiken medan motsvarande andel för de som inte tagit del av information är knappt hälften. I gruppen som tagit del av information är det dock ändå 54 % som inte har automatisk dörröppnare på entrédörren.

### 5.4 Slutsatser

- Butikscheferna är överlag positiva till att arbeta med att tillgänglighetsförbättra sina butiker.
- Butikschefernas upplevelse är att deras butiker är tillgängliga för personer med olika funktionsnedsättningar.
- Hur välinformerade butikscheferna är om hur deras butiker kan anpassas för personer med olika typer av funktionsnedsättningar varierar. Den typ av funktionsnedsättning som högst andel av butikscheferna anser att de har kännedom om är *nedsatt rörlighet*.
- Det finns en viss osäkerhet bland butikscheferna om vilka tillgänglighetskrav som ställs på deras butik enligt lagen. Endast en av tre butikschefer svarar att de känner sig välinformerade om dessa krav.
- Två av tre butikschefer har inte inhämtat eller erhållit någon information under de två senaste åren om hur tillgängligheten i deras butik kan förbättras för personer med funktionsnedsättningar.
- Butiker som tagit del av information har i betydligt högre grad arbetat med att förbättra tillgängligheten i butiken.
- Drygt hälften av butikscheferna svarar att de genomfört tillgänglighetförbättringar i sin butik under de två senaste åren. Absolut vanligast är att de har gjort bredare gångar.
- Fler än sju av tio butikschefer som gjort tillgänglighetsförbättringar i sin butik menar att insatsen gjordes på eget initiativ.
- De flesta butikschefer som inte gjort några tillgänglighetsförbättringar de två senaste åren motiverar det med att de inte ser något behov.
- Det största hindret för att arbeta med tillgänglighetsförbättringar upplevs vara lokalens begränsningar, vilket 43 procent av butikscheferna svarar. Näst högst andel (22 %) svarar att det är ekonomiska resurser som hindrar dem.
- Drygt en av tre butikschefer känner till den förändring i diskrimineringslagstiftningen som innebär att kunder kan anmäla butiker för diskriminering på grund av bristande tillgänglighet.
- Det är 59 procent av butikscheferna som uppger att entrédörren till deras butiker inte har automatisk dörröppnare.

Vår bedömning är att det fortfarande finns ett stort informationsbehov hos butikshefer om vilka tillgänglighetskrav som finns enligt lagen och hur man kan göra sin butik mer tillgänglig för personer med olika funktionsnedsättningar. Behovet tycks framförallt finnas hos de butiker som inte tillhör ett kedjeföretag. Intresset för tillgänglighetsfrågor är stort men fler behöver få kännedom om de lagkrav som finns, och hur lagkraven ser ut på mer detaljerad nivå. I Boverkets föreskrifter och allmänna råd om enkelt avhjälpna hinder (BFS 2013:9 HIN 3) ställs till exempel krav på att dörr med dörrstängare ska förses med automatisk dörröppnare. Därför är det något anmärkningsvärt att så pass många som 59 procent av butikerna saknar automatisk dörröppnare på entrédörren. Det är också förvånande att cirka en tredjedel av de som inte har dörröppnare ändå känner sig välinformerade om de tillgänglighetskrav som finns enligt lagen. Eftersom det torde vara en stor andel av dessa som är skyldiga att ha dörröppnare enligt lag så understryker det behovet av information och uppföljande insatser för att säkerställa en god tillgänglighet i butikerna.

